

УДК 658.64

Соломонова А.К.¹, Цвілий С.М.²

¹ студ. гр. МТЕ-419 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

МОТИВАЦІЯ І СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ В ГОТЕЛІ

Зміни у політичній, економічній, соціальних сферах діяльності людини у післявоєнному відновленні бізнесу будуть спрямовані на встановлення нової економічної системи, що ґрунтується на ринкових демократичних відносинах. У ринковій системі господарювання організаціям доводиться просувати бізнес у конкурентному середовищі, знаходити та розширювати сегменти на ринку, освоювати новий тип економічної поведінки, постійно підтверджувати свою конкурентоспроможність. Доцільним є щоденне збільшення вкладу кожного працівника у досягнення цілей організації, а одним із завдань суб'єкта господарювання стає пошук ефективних способів управління працею, тобто способів й інструментів, які забезпечують активізацію людського фактора.

Післявоєнна економіка, створюючи передумови підвищення мотивації праці, автоматично може їх забезпечити тільки в умовах ринку [1]. Шлях до ефективного управління людиною лежить через розуміння мотиваційних установок та потреб. Тільки маючи повне уявлення про те, що спонукає до дії людину, які мотиви лежать в основі діяльності, можна розробити ефективну

систему форм і методів її стимулювання. Використання ефективних способів впливу на поведінку людини, її трудову активність є однією з найважливіших і актуальних функцій сучасного готельного менеджменту у сфері гостинності.

Проблема спонукання людини до продуктивної праці абсолютно нова і досить актуальна. Протягом багатьох століть вона хвилювала найкращі уми людства і це не випадково. За допомогою праці створюється матеріальна та духовна культура готельного закладу. У загальному розумінні мотивація – це сукупність рушійних сил, які спонукають людину до виконання певних дій. Дані сили можуть мати як зовнішнє, і внутрішнє походження і змушувати людини свідомо чи несвідомо робити вчинки: особисті та професійні [2].

Мотивація і стимулювання є складовими елементами управління, однією з основних функцій управління. Оскільки в основі трудової діяльності людини лежать її потреби та інтереси, головними з яких є матеріальні, то для створення тривалих мотивуючих факторів до праці слід впливати на розвиток її потреб особистого характеру і сприяти розкриттю творчих здібностей. А це можливо завдяки побудові з потреб й ефективно підібраних стимулів цілісної системи.

Незважаючи на наявність наукових розробок з окресленої тематики, їх високу теоретичну, практичну цінність, існує потреба у комплексному аналізі теоретико-прикладних засад управління процесом мотивації праці персоналу готельних компаній, саме тому даний напрямок дослідження є актуальним та своєчасним. Логічним є вдосконалення принципів, форм і методів розробки нових наукових підходів, моделей і практичних рекомендацій з ефективного функціонування системи мотивації персоналу вітчизняної готельної компанії.

Метою управління мотивацією і стимулюванням має стати зростання зацікавленості персоналу готелю в результатах його функціонування для отримання максимального прибутку в періоди зростання ємності ринку [3].

Ефективність системи мотивації і стимулювання персоналу вирішується у вигляді виділення п'яти груп різних показників; перші три характеризують економічну ефективність такої системи, четвертий і п'ятий – соціальну, а саме:

- ефективність результатів діяльності готелю (загальна економічна ефективність, параметрами виміру якої є валовий, а також чистий прибуток, рентабельність, продуктивність, зростання обороту, задоволення попиту);
- нематеріальна ефективність виробництва (параметри вимірювання: точність та час вирішення проблеми, готовність до інновацій та нововведень, подолання, визначеність мети, точність та своєчасність інформації та інші);

- матеріальна ефективність виробничого процесу (параметри виміру: відхилення від плану, якість технологічного обслуговування);
- установки на працю (задоволеність працею, ініціатива, частка втрат робочого дня, скарги, здатність брати на себе відповідальність та інші);
- 5) установки на відносини з іншими індивідами (сприйняття впливу, готовність до кооперації, дружба, злагода, повага, довіра та інші).

Взагалі, існує об'єктивна необхідність подальшого вивчення новітніх механізмів впровадження інструментарію мотивації персоналу в систему управління готелю із урахуванням специфіки і особливостей ведення бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Цвілий С.М., Кукліна Т.С. Стратегічні маркетингові пріоритети готельно-ресторанного підприємства в посткоронавірусному середовищі вітчизняного туристичного ринку. *Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень* : монографія : розділ 4 [Електронний ресурс]. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2021. С. 48-80.
2. Tsviliy S., Gurova D., Zhuravlova S. Expert counselling for hotel companies on protection of micro-business interests in coronavirus conditions. *Електронний науковий журнал «Приазовський економічний вісник»*. 2021. №1(24). Запоріжжя: Класичний приватний університет. С. 155-160.
3. Tsviliy S., Gurova D., Kuklina T. Marketing competitiveness of hotel and restaurant enterprise: theoretical approach and methods of definition. *VUZF Review*. Republic of Bulgaria, VUZF University of finance, business and entrepreneurship, 2021. Vol. 6. №2. June. 244 p. P. 30-41.