

УДК 658.3:640

Ракша А.Р.

студентка гр. ЕГ-21-1

Дніпровський національний університет ім. О. Гончара

м. Дніпро, Україна

наук. кер. – к.е.н., доцент Редько В.Є.

МЕХАНІЗМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Успіх готельного бізнесу залежить від якості обслуговування клієнтів. Але якщо персонал незадоволений, він з меншою ймовірністю зможе повністю розкрити свій потенціал. Термін «стимул» (від латинського stimulus – батіг) означає спонукання до дії, спонукальну причину, яка викликана зовнішніми чинниками [1]. Отже, під стимулом в бізнесі розуміють систему зовнішніх спонукань, які мають цільову спрямованість. Ефективне стимулювання персоналу є складним процесом, що потребує професіоналізму, креативності, знань психології. Якщо внутрішнє спонукання до дії є наслідком виникнення складної сукупності потреб особистості, то стимулювання обумовлено застосуванням комплексу зовнішніх впливів через правильно створені особистісно значимі установки.

У різноманітті стимулів умовно можна виділити три групи: матеріальні, творчі та моральні, які в результаті спільної взаємодії створюють єдину систему активізації людського фактору [2]. Без правильно сформованої системи стимулів

до організації праці персоналу в готельно-ресторанному бізнесі неможливо розраховувати на прибутковість закладу й задоволення гостей обслуговуванням. Організація матеріального стимулювання полягає в розробці та впровадженні дієвих груп показників, які містять взаємопов'язані механізми нарахування основної і додаткової заробітної плати персоналу усіх категорій. При цьому варто спиратися на ті показники або системи стимулів, які пройшли випробовування часом і залишились дієздатними в нових умовах ведення готельно-ресторанної діяльності, спрямовуючи їх на вирішення стратегічних завдань закладу. Якщо основна заробітна плата – це чітко визначена винагорода за виконану роботу згідно з умовами трудового договору, то додаткова заробітна плата нараховується за винахідливість, креативність, цікаві й новаторські ідеї та пропозиції щодо покращення якості сервісу, оптимізацію витрат чи удосконалення бізнес-процесів. Серед матеріального стимулювання через нарахування додаткової заробітної плати можна виділити:

- премії – це одноразові грошові виплати, які нараховуються персоналу за результатами роботи та досягненнями;

- відсотки від доходу, отриманого від продажу готельно-ресторанних послуг або продукції, працівникам, які їх продали;

- надбавки – підвищення заробітної плати для визнання та винагороди персоналу за їх внесок, досвід і продуктивність праці у готелі чи ресторані;

- безготівкові чайові для персоналу.

До морального стимулювання прийнято відносити нематеріальні складові, але окремі з них можуть мати фінансове заохочувальне підґрунтя. Наприклад, подарункові картки та ваучери, які зазвичай мають заздалегідь визначену грошову вартість і їх можна обміняти на товари чи послуги закладу, у якому працює співробітник, або скористатися винагородою у закладах партнерах. Визнання цінності працівника та його нагорода виступають дієвим мотивом для стимулювання продуктивності праці, заохочення для ще більшої ефективності. Наприклад, «працівник місяця», сертифікати за досягнення або публічне визнання під час зборів персоналу, дошка пошани, подяка та інше. І здавалося б

ці методи вже себе віджили, але практика свідчить, що вони все ще працюють. Невід'ємною умовою ефективного бізнесу є постійний розвиток, в тому числі і розвиток персоналу, який відбувається через його навчання та підвищення кваліфікації. Як показали дослідження, проведені експертами в 2020 р., на наступні 5 років пріоритетними для підвищення кваліфікації та перекваліфікації будуть сервісна орієнтація та обслуговування клієнтів, лідерство та соціальний вплив [3]. До морального стимулювання персоналу з боку відповідального бізнесу відноситься забезпечення соціальних гарантій працівникам, наприклад, комплексний пакет пільг, включаючи медичне страхування, пенсійні плани, оплачувану відпустку, доступ до консультаційних послуг, підтримки психічного здоров'я або інші пільги. Окремим механізмом стимулювання праці персоналу готельно-ресторанного бізнесу мають бути гнучкі графіки планування робочого часу, надання додаткового часу на відпочинок (за сімейними обставинами, у зв'язку з весіллям, навчанням), знаходження балансу між роботою та особистим життям. На нашу думку, цей механізм є дуже важливим, оскільки персонал, що постійно працює з гостями, швидко емоційно виснажується, припиняє отримувати задоволення від роботи, що в решті решт позначається на якості сервісу, який надається, і результатах. Тому важливим мотивом можна вважати ще запровадження оздоровчих цільових програм, які сприяють фізичному та психічному благополуччю. До них можна віднести доступ до фітнес-центру, семінари з боротьби зі стресом або обстеження здоров'я за рахунок закладу готельно-ресторанного бізнесу. Командні заходи також виступають методом відновлення й згуртування колективу. Популярними є прогулянки, пікніки, святкові вечірки та інші корпоративні заходи.

Що стосується творчого стимулювання, то для найбільш повного розкриття креативного потенціалу працівника застосовують наставництво у закладі або ротацію кадрів. Це дає можливість вносити в процес обслуговування індивідуальність, щирість, створює простір для самореалізації, закриває потребу у самовираженні та самовдосконаленні.

Варто підкреслити, що в сучасному готельно-ресторанному бізнесі чіткої

межі між економічними і неекономічними стимулами не існує, на практиці вони переплітаються, обумовлюють один одного, а моральне стимулювання потребує постійного удосконалення [2]. Наприклад, можливості професійного зростання підкріплюються прагненням до підвищення рівня доходу. Адже за даними останніх досліджень work.ua середня заробітна плата в категорії «Готельно-ресторанний бізнес, туризм» в Україні для адміністратора ресторану становить 19 000 грн, а директора ресторану 27 500 грн [4]. Тому співвідношення видів стимулювання має відповідати індивідуальним потребам персоналу.

Таким чином, можна зробити висновок, що механізм стимулювання праці включає комплекс економічних стимулів та засобів соціального і морально-психологічного характеру, які є спонукальними мотивами до праці або підсилюють їх. Стимулювання праці є довготерміновим впливом на персонал і має на меті зміну структури ціннісних орієнтацій та інтересів, формування відповідного мотиваційного ядра і розвиток трудового потенціалу на цих засадах. У закладах готельно-ресторанної індустрії стимулювання праці має бути спрямоване на вивчення потреб, що постійно змінюються, інтересів, ціннісних орієнтацій персоналу, мотивів його трудової діяльності, мотиваційного потенціалу і ступеня його використання у робочому процесі, виявлення змін у структурі мотивів і прогнозування їх розвитку та впливу на результати діяльності.

Література:

1. Березова Н. Як створити систему мотивації на основі теорії Герцберга. budni: медіаплатформа про роботу та життя від robota.ua. URL: <https://budni.rabota.ua/ua/hr/yak-stvoriti-sistemu-motivatsiyi-na-osnovi-teoriyi-gertsberga> (дата звернення: 18.10.2023).
2. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2018. 224 с.
3. Li Liangqing. Incentive Mechanism Strategies in Hotel Management Culture. Contemporary Tourism. 2020. Vol. 11, №. 6. P. 64–66.
4. Work.ua. Середня зарплата в категорії «Готельно-ресторанний бізнес,

туризм» – Work.ua. URL: <https://www.work.ua/salary-hotel-restaurant-tourism/>
(дата звернення: 18.10.2023).