

УДК 658.64

Чван О.С.¹, Журавльова С.М.²

¹ студ. гр. ГФз-111 НУ «Запорізька політехніка»

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

МОТИВАЦІЯ І СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Персонал готельного підприємства є його найважливішим ресурсом, співробітники готелю забезпечують безпеку гостей, рівень та культуру обслуговування, створюють загальну атмосферу у закладі. Мотиваційний процес відбувається у тісному зв'язку із зовнішнім та внутрішнім середовищем підприємства. Основним елементом зовнішнього середовища є система економічних параметрів, правових норм, політичних та соціокультурних умов. Внутрішнє середовище, важливе для ефективності мотивації, включає такі фактори, як: розмір компанії, організаційна структура, організація роботи, умови праці та робоча атмосфера.

У готельному господарстві поділ праці та пов'язана з цим спеціалізація у стимулюючій діяльності залежать насамперед від розміру підприємства. На невеликих готельних підприємствах зазвичай власник сам опікується усім процесом управління людськими ресурсами. Він відповідає за набір та підбір працівників, за їх розвиток та мотивацію.

Малий готельний бізнес часто керується сім'єю. Мотивація у таких типах організацій стосується двох внутрішніх груп: працівників, які є членами сім'ї, та працівників поза сім'єю. Віддавання переваги родичам у оплаті праці та просуванню по службі на сімейних підприємствах має демотивуючий вплив на решту працівників і часто призводить до великої плінності кадрів.

Великі готельні компанії (наприклад, готельні мережі), де працюють сотні працівників, мають спеціалізовані відділи кадрів. Вони мають дуже

розгалужену організаційну структуру. На цьому типі підприємств мотивацією займаються лінійні керівники та служби по персоналу. Їх участь у мотиваційному процесі охоплює більшу частину видів діяльності – від розподілу завдань між працівниками до виявлення причин дисфункцій у сфері мотивації. До завдань безпосереднього керівництва входить виявлення очікувань персоналу та оцінку рівня задоволення працівників виконаною роботою.

При створенні мотиваційної системи велике значення слід надавати підготовці заходів, що активізують персонал для досягнення цілей готельного підприємства. Водночас важливо, щоб під час вибору конкретних мотиваторів враховувалися потреби співробітників. Їх можна розглядати у двох вимірах: професійному та особистому. Професійні потреби пов'язані з належністю до конкретної організації та реалізацією в ній конкретних завдань. Вони також безпосередньо пов'язані з особистими потребами. На практиці всі потреби працівників відповідають базовим рівням, визначеним Авраамом Маслоу, тобто фізіологічним потребам, безпеці, приналежності, повазі та визнанню, самореалізації.

Взаємозв'язок роботи з фізіологічними потребами є очевидний. В основному завдяки роботі люди отримують засоби для їх задоволення. Потреби в їжі, воді, сні з'являються регулярно, і їх не можна ігнорувати занадто довго. Робота – це не тільки засіб, а й місце для задоволення фізіологічних потреб. Тому питання соціальних та побутових умов, а також безпеки та гігієни мають особливе значення. Задоволення цієї потреби також включає питання пристосування робочих місць до психофізичних особливостей та здібностей особи.

Правильно застосована мотивація вимагає від керівників відповідних знань про людей, соціальні групи, економічні проблеми підприємства та його оточення і, насамперед, регулярного дослідження факторів, що мотивують співробітників. В деяких напрямках мотиваційної діяльності, що вимагають певних змін в готельних підприємствах, були виділені такі:

- завдання, пов'язані з визначенням очікувань працівників щодо роботи;
- комунікації в галузі мотивації, недоліки яких в основному з'являються у відсутності відповідних рішень щодо інформування працівників про цілі підприємства, відповідно до яких ставляться завдання та критерії оцінки при їх досягненні;
- заходи, спрямовані на розпізнавання дисфункцій мотиваційного процесу та виявлення їх причин.

Ефективна мотивація – це постійна, безперервна робота з дослідженням потреб персоналу та спостереження за їх поведінкою на роботі. Ключем до розуміння є знання їхніх життєвих ситуацій та потреб – як особистих, так і

професійних. Це можливо завдяки побудові відносин між підлеглим та керівником, які дозволяють зрозуміти переваги, потреби та мотиви людини. На досвіді доведено, що ставлення співробітника до своїх обов'язків прямо пропорційне ставленню роботодавця до співробітника.

Тому, мотивація персоналу безпосередньо впливає на якість обслуговування, продуктивність праці та задоволення клієнтів. Вмотивовані працівники демонструють вищий рівень залученості, лояльності та ініціативності. Вони готові робити більше для задоволення потреб клієнтів та досягнення цілей закладу.

Сучасні підходи до мотивації персоналу включають використання різноманітних матеріальних та нематеріальних стимулів, таких як гнучкі графіки роботи, можливості для професійного розвитку, визнання та нагороди, створення комфортного та позитивного робочого середовища.