

ФАЛЬЧЕНКО О.О., к.е.н., доц., НТУ «ХПІ»

ЮР'ЄВА І.А., к.е.н., доц., НТУ «ХПІ»

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Результат діяльності закладів готельно-ресторанного господарства значною мірою залежить від формування системи мотивації персоналу, яка полягає у здійсненні об'єктивної кількісної та якісної оцінки трудової активності працівника і визначенні відповідної винагороди. Якість роботи визначається не тільки здібностями персоналу, але й мотивацією працівника застосовувати свої здібності і розкривати свій потенціал.

Мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають її поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації.

У кожного працівника закладів готельно-ресторанного господарства мотиваційна основа є індивідуальною й зумовлюється рядом факторів: рівнем добробуту, соціальним статусом, кваліфікацією, посадою, ціннісною орієнтацією тощо.

Поточне стимулювання застосовується для стабілізації чи корегування поточної роботи. Розмір поточного стимулювання повинен бути мінімальним для постійного підтримання зацікавленості щодо продовження необхідної діяльності. При цьому перевагу слід надавати не стільки розміру, скільки формі, способу й режиму поточного стимулювання.

Винагорода за результат діяльності пов'язана з досягнутими показниками, тому вона повинна відповідати дійсному внеску кожного управлінця, спонукати працівника до досягнення в майбутньому вищих показників.

Застосування щодо працівника стимулів, з метою активізації його зусиль, підвищення старанності, наполегливості, добросовісності у вирішенні завдань, що стоять перед підприємством, називається стимулюванням. Розрізняють три види стимулювання: моральне, соціальне й матеріальне.

До морального стимулювання відносяться: трудове або організаційне стимулювання – поведінка працівника на основі виміру почуття його задоволеності роботою, припущання наявності творчих елементів у праці; стимулюванням, що регулює поведінку працівника

на основі вираження суспільно визнання – вручення грамот, розміщення фотографії на дошці пошани.

Соціальне стимулювання представляє собою різновид стимулювання, яке виражається у зміні соціального (як адміністративного, так і загального) статусу працівника.

Матеріальне стимулювання реалізується насамперед через зміцнення та розвиток особистісних матеріальних стимулів, основною формою яких є оплата праці.

Наведені складові відіграють значну роль у підвищенні ефективності мотивації управлінської праці, а їх широке застосування є запорукою успішної роботи менеджерів, спеціалістів і службовців підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Таким чином, використання засобів морального та матеріального стимулювання підприємств харчування в готельно-ресторанному бізнесі значно підвищить продуктивність працівників, зробить робітників більш зацікавленими у результат власної роботи та підприємства загалом.

Список літератури:

1. *Козак К.Б.* Мотиваційна політика підприємства як фактор його конкурентоспроможності / *К.Б. Козак* // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 1. – С. 21–24.
2. *Волевач Л.М.* Використання мотивації у практичному менеджменті / *Л.М. Волевач* // Наука і економіка. – 2009. – № 3 (15). – С. 177–181.
3. Наукові конференції [Електронний ресурс] : веб-сайт. – Режим доступу: <http://int-konf.org/> – Назва з екрана.