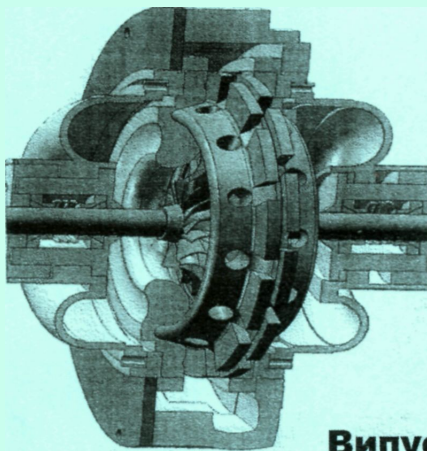


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
імені МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

ТЕХНІКА ТА ТЕХНОЛОГІЯ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ



Випуск 8/2

Донецьк
ДонНУЕТ
2013

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
імені МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

ТЕХНІКА ТА ТЕХНОЛОГІЯ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ

Збірник тез студентських наукових праць

(технічна серія)

Випуск 8/2

Донецьк
ДонНУЕТ
2013

УДК 663/664(05)
ББК 36я5
Т38

Колектив авторів

Т 38 Техніка та технологія харчових виробництв [Текст] : зб. тез студ. наук, пр. (технічна серія) / Голов. ред. О.М. Азарян. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2013.- Вип. 8/2.-453 с.

Видається з 2008 р.

Редакційна колегія:

Азарян О.М., д-р екон. наук (голов. ред.);	Заплетніков І.М., д-р техн. наук;
Сукманов В.О., д-р техн. наук (відп. ред.);	Пересічний А.М., д-р техн. наук;
Гладка А.Д., канд. техн. наук (відп. секр.);	Поперечний А.М., д-р техн. наук;
Ерьоменко Д.О., канд. техн. наук (заст. відп. ред.);	Топольник В.Г., д-р техн. наук;
Гніщевич В.А., д-р техн. наук;	Щетініна О.К., д-р фіз.-мат. наук;
Горін О.М., д-р техн. наук;	Льдірова С.К., канд. техн. наук,
Дмитрук О.Ф., д-р хім. наук;	Коршунова Г.Ф., канд. техн. наук

Адреса редакційної колегії збірника:
83050, м. Донецьк, вул. Щорса, 31

УДК 663/664(05)
ББК 36я5

-) Колектив авторів, 2013
-) Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2013

Тюріна Т.І.
Науковий керівник
Кузьмін О.В., канд. техн. наук
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

МОТИВАЦІЯ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛІВ

Мотивація до праці та пов'язане з цим стан організаційної культури — значущі фактори успіху будь-якої організації, особливо в індустрії гостинності, що у великій мірі залежать від ефективності відносин обслуговуючого персоналу та клієнта.

Хоча якість сервісу значною мірою є суб'єктивним поняттям, незадоволеність клієнта рестораном або готелем залежить і від обслуговування. Головною причиною того, чи повернеться клієнт в організацію індустрії гостинності, є рівень обслуговування. У перший раз споживача можна заманити гарною рекламою, багатим інтер'єром, але вдруге, як правило, він приходиться

завдяки професійній роботі персоналу і високій якості обслуговування, яке він отримав раніше.

Високий рівень мотивації співробітників ресторанів, готелів, турфірм для їх якісної роботи є життєво необхідним, оскільки прямо відбивається на ефективності діяльності підприємства. В умовах жорсткої конкуренції ефективність і продуктивність роботи визначають тривалість «життя» організації на ринку послуг.

Оскільки товар, який пропонує готельна індустрія, має нематеріальний характер, велике значення для цієї індустрії мають її трудові ресурси — люди, які працюють у ній.

Індустрія готельних і туристських послуг унікальна тим, що службовці є частиною продукту (товару). Готель повинен мати штат, здатний добре виконати завдання в «момент істини», коли службовець і клієнт вступають у безпосередній контакт.

Найбільш поширеною формою (методом) мотивації є індивідуальна премія. Її доцільно виплачувати один раз на рік, щоб вона не перетворилася на заробітну плату та не втратила свою мотивуючу роль. Рекомендується заздалегідь визначити відсоток премії за підсумками року та коригувати його відповідно до досягнень співробітника. Розмір премії повинен, як правило, становити не менше 30% основного заробітку. Задоволеність працівників матеріальною винагородою мотивує ініціативу, формує прихильність організації, залучає нових працівників.

Окрім економічних (матеріальних) способів мотивації є організаційні та морально-психологічні. Організаційні способи мотивації включають в себе:

- участь у справах організації (як правило, соціальних);
- перспектива здобути нові знання і навички;
- збагачення змісту праці (надання більш цікавої роботи з перспективами посадового і професійного зростання).

Морально-психологічні методи мотивації включають в себе:

- створення умов для формування професійної гордості, особистої відповідальності за роботу (наявність відомої частки ризику, можливість досягти успіху);

- визнання (приватне і публічне) (цінні подарунки, почесні грамоти, Дошка пошани тощо. За особливі заслуги — нагородження орденами та медалями, нагрудними знаками, присвоєння почесних звань і т.д.);

- атмосфера взаємної поваги та довіри.

Просування по службі є своєрідним комплексним методом мотивації, однак він внутрішньо обмежений, оскільки, по-перше, в організації обмежена кількість посад високого рангу, по-друге, просування потребує підвищених витрат на перепідготовку.

Також значну роль у заохоченні працівників до кращої роботи відіграють менеджери закладу. Менеджери повинні впевнитися, що працівники добре знайомі зі своїми послугами (товарами) та вважають їх високоякісними. Працівники повинні з ентузіазмом ставитися до своєї компанії і послуг, які вони пропонують. Інакше неможливо зацікавити клієнтів. Зовнішній маркетинг

приведе клієнтів у готель, але від нього буде мало користі, якщо працівники не виправдають їх очікувань.

Частина персоналу готелю докладатиме максимум зусиль без особливого втручання з боку менеджменту. Вони амбіційні і не потребують додаткових стимулів. Однак більшість працівників готелю потребує заохочення та стимулів, щоб працювати з максимальними зусиллями через характер роботи, людську природу та особисті проблеми.

Базова модель мотивації персоналу виглядає наступним чином:

– менеджери повинні переконати персонал, що він зможе працювати ефективніше, якщо буде більше працювати або навчиться працювати «розумніше»;

– менеджери повинні переконати готельний персонал, що винагорода за кращу роботу коштує додаткових зусиль.

Щоб залучити та утримати співробітників, компанії необхідно розробити привабливий пакет компенсацій. Співробітники хочуть отримувати регулярний дохід, додаткові винагороди за хорошу роботу, а також адекватну оплату за досвід та довготривалу роботу в компанії. З іншого боку, менеджерам вигідні контроль, економія та простота. Цілі менеджера, такі як економія, можуть суперечити цілям співробітників, таким як фінансова стабільність.