

10. Майгер [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://www.mayger.org/ru>.
11. ПРО СПОРТ [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://prosport.tsn.ua>.
12. Україна-2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://euro2012.ukrinform.ua>.

Отримано 06.04.2012

УДК 65.012.32 : 331.101.3

О.Д.СТЕШЕНКО, канд. екон. наук, О.А.НЕСТЕРЕНКО

Харківська національна академія міського господарства

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розглядається мотивація як засіб впливу на персонал суб'єкта підприємницької діяльності з метою виховання відданості компанії та отримання кращих прибутків.

Рассматривается мотивация как средство воздействия на персонал субъекта предпринимательской деятельности с целью воспитания преданности к компании и получения большей прибыли.

In this article consider motivation as a means of influence on the staff of a business entity in order to foster loyalty to the company and get more profit.

Ключові слова: мотивація, підвищення мотивації, персонал, удосконалення системи управління, підприємства гостинності.

У сучасних умовах створення ефективно діючої підприємницької діяльності неможливо без реалізації однієї з основних функцій менеджменту – мотивації, що обумовлює необхідність осмислення накопленого у цій області досвіду, теоретичного обґрунтування вітчизняних досліджень і адаптації концепцій до українських реалій.

Підприємства сфери послуг найбільш помітно підпадають під вплив людського фактору як з боку гостей, так і персоналу. Сьогодні в умовах жорсткої ринкової конкуренції існує велика проблема мотивації персоналу. Отже, основною метою статті є аналіз методів мотивації персоналу, що часто застосовуються, вибір найбільш ефективних і надання пропозиції щодо вдосконалення існуючих.

Немає єдності й у розумінні функції мотивації. Одні вчені трактують мотивацію як функцію енергетизації діяльності. Інші розглядають потреби і цінності як складові єдиного процесу мотивації. Найбільш поширеним визначенням поняття мотивації є розуміння її як впливу всіх умов на спонукання і регулювання поведінки. До цього часу мотивація до праці та пов'язаний з цим стан моралі у виробничих відносинах є найважливішими факторами успіху будь-якої організації у сфері гостинності, значною мірою залежною від ефективних міжосо-

бистісних відносин працівника і клієнта. Розвиток теорій мотивації має очевидно еволюційний, а не революційний характер. Вони ефективно використовуються у вирішенні щоденно виникаючих питань і мотивації людей до ефективної праці [1-3].

Готельний сервіс досягнув високого рівня у розвинутих країнах зарубіжжя. Українські підприємства гостинності, у своїй більшості, використовують вже існуючий досвід та намагаються наблизитись до такого рівня. І так склалося історично, що роботодавці не часто звертають увагу на моральний аспект організації процесу праці. Але, людиною можна легко, так сказати, «маніпулювати», тим самим заховаючи до ефективної праці, не витрачаючи при цьому великих коштів.

Вчений Ф.Герцберг зі своїми колегами в 50-60-х роках проводив дослідження серед професійних працівників з визначення факторів, що впливають на їхнє ставлення до роботи, надають мотивуючий і демотивуючий вплив на поведінку людини в організації і свідчать про задоволеність чи незадоволеність. Ф.Герцберг зробив висновок, що не всі потреби створюють мотивуючий вплив на людину, а тільки ті з них, які приводять до розвитку стану задоволеності і пов'язані зі змістом роботи. По відношенню до змісту роботи мотиватори є внутрішніми факторами, тобто вони притаманні самій роботі, її змістом, а фактори «Здоров'я», відсутність яких може підсилити незадоволеність, є зовнішніми і відносяться не до змісту, а до умов роботи. Теорія Герцберга показує, що для реалізації знань і вмінь працівника в організації головним є зміст роботи. Основною ідеєю теорії Герцберга є те, що задоволеність і незадоволеність працівників розглядається незалежно один від одного [4, с. 49].

Праці й експерименти вчених доводять, що для працівника важливо не просто отримувати плату за роботу (часто, навіть, не гроші є головним фактором того, що людина працює у цьому місці), а потрібна повага її особи керівництвом та колегами, відчуття своєї причетності до спільної справи, отримання завдань, де можна проявити себе, добрий клімат у колективі, правильно організований розпорядок праці і відпочинку та ін. На сьогодні показником росту значення проблеми мотивації є витрати, які несуть підприємницькі структури, оплачуючи послуги з підбора персоналу, навчання та підвищенню кваліфікації персоналу, що пов'язані з рухом кадрів. Втрата висококваліфікованих робітників обов'язково негативно відобразиться на ефективності праці працівників підприємства, також як і невисокий рівень віддачі при невмінні знайти дієві інструменти мотивації їх праці.

Тому слід розробити новий підхід до управління персоналом, а саме:

- 1) створення філософії управління персоналом;
- 2) створення професійних служб управління персоналом;
- 3) застосування нових технологій в управлінні персоналом;
- 4) розробка і створення спільних цінностей, соціальних норм, установки поведінки, яка б регламентувала поведінку окремої особистості.

У таблиці розглянемо як бачать мотиваційний процес керівники зарубіжних компаній.

Особливості формування зарубіжних систем мотивації праці [10]

Країна	Основні фактори мотивації праці	Відмінні особливості мотивації праці
Японія	Професійна майстерність Вік Стаж Результативність праці	Довічний найм Одноразова допомога при виході на пенсію
США	Заохочення підприємницької активності Якість роботи Висока кваліфікація	Поєднання елементів відрадної і погодинної систем Участь у прибутку Технологічні надбавки Премії за безаварійну роботу, тривалу експлуатацію обладнання та інструменту Дотримання технологічної дисципліни Система подвійних ставок
Великобританія	Дохід	Участь у прибутках Пайова участь у капіталі Трудова пайова участь Тільки трудова участь
Франція	Кваліфікація Якість роботи Кількість раціоналізаторських пропозицій Рівень мобілізації	Індивідуалізація оплати праці Бальна оцінка праці працівника по професійній майстерності, продуктивності праці, якості роботи, дотримання правил техніки безпеки, етики виробництва; Ініціативність Додаткові винагороди (виховання дітей, надання автомобіля, забезпечення по старості)
Німеччина	Якість	Стимулювання праці Соціальні гарантії
Швеція	Солідарна заробітна плата	Диференціація системи податків і пільг Сильна соціальна політика

Мотивація праці персоналу в підприємницькій діяльності відноситься до числа проблем, вирішенню яких у світовій практиці завжди

приділялася велика увага. Вітчизняні теорія і практика мотивації праці, як правило, зводяться до оплати праці, заснованої на фіксованих тарифних ставках і посадових окладах, і малоефективні. Тому при формуванні систем мотивації праці на підприємствах, особливо великих, необхідно використання вже накопиченого світовою практикою досвіду.

В сучасному менеджменті мотивації ключову роль грає особистість кожного працівника, його індивідуальність. Професійний менеджер повинен зробити так, щоб кожен працівник відчував себе на роботі бажаним і цінним працівником, не задіюючи при цьому великих ресурсів підприємства. Поєднання матеріальних і моральних стимулів по своїй природі є однаково сильними. Все залежить від місця, часу і суб'єкту дії цих факторів. Маються на увазі рівень розвитку економіки, традиції тієї чи іншої країни, а також матеріальне становище, вік і стать працівника. Маючи на увазі ці обставини, необхідно розумно поєднувати ці види стимулів з урахуванням їх цілеспрямованої дії на кожного з працівників. Мотивація може здійснюватися різними методами, а саме: роз'ясненням, вихованням, власним прикладом, системами заохочення та покарань, ієрархією організації та ін. [5-9].

Ефективність мотивації оцінюється за результатами діяльності працівників і самого підприємства, а також за характеристиками, виявляючи відношення до праці (зусилля, старанність, наполегливість, уважність, добродіяльність, контактність).

Мотиви грають важливу роль у трудовій діяльності людини. Без них трудова діяльність взагалі не може здійснюватися належним чином. Але мотиви бувають різні і можуть впливати з різною силою, викликаючи спрямовану активність людини. Вибір тієї чи іншої форми мотивації визначається не стільки змістом роботи, скільки принципами управління у даній організації, національними традиціями та звичками. Ще дуже важливим для підприємницької діяльності є правильний добір кадрів, і зазвичай, підприємства та організації індустрії гостинності надають більшого значення наявності у випускників мотивації, ніж їх здібностям. І це обгрунтовано, оскільки порівняно високий рівень мотивації в кінцевому підсумку приводить до кращих результатів в роботі.

Парадокс існуючої ситуації полягає в тому, що на підприємствах і організаціях індустрії гостинності не приділяється достатньої уваги до мотивації при доборі на роботу осіб, які вже мають досвід роботи. Знання (досвід попередньої роботи) більшою мірою, ніж мотивація, виступають у цьому випадку як головного критерію [10-13].

Отже, слід зауважити, що немає однієї універсальної моделі організації мотивації персоналу. Але треба бути добре обізнаними з основ-

ними успішними світовими практиками, щоб на своєму підприємстві створити власну найбільш ідеальну систему.

- 1.Наталія С.А. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах. – К.: Магнолія плюс, 2006. – 216 с.
2. Бабкина А.О. Основы менеджмента гостиниц. – Л., 1999. – 212 с.
- 3.Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства. – М.: Аспект-Пресс, 1995. – 229 с.
- 4.Пономарёв И.П. Мотивация работой в организации. – М., 2007. – 221 с.
- 5.Гостиничный и туристический бизнес / Под ред. проф. А.Д. Чудновского. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 279 с.
- 6.Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 229 с.
- 7.Маркетинг в сфере услуг / Е.О. Оганесян. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 216 с.
- 8.Организация и управление гостиничным бизнесом / Под ред. А.Л. Лесника. – М., 2002. – 199 с.
- 9.Саак А.Э. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны) / А.Э. Саак, М.В. Якименко. – СПб., 2007. – 234 с.
- 10.Козаченко А.В. Мотивация персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.masters.donntu.edu.ua/2011/iem/sternijchuk/library/tez3.htm>.
- 11.Портал о гостиничном бизнесе – www.prohotel.ru.
- 12.Портал корпоративного управления – www.iteam.ru.
- 13.Портал сообщества профессионалов гостиничного бизнеса – www.frontdesk.ru.

Отримано 13.04.2012

УДК 338.48 : 379.85

Л.В.ОБОЛЕНЦЕВА, канд. екон. наук, Ю.О.КОЛЕСНИК

Харківська національна академія міського господарства

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТСЬКОГО ІМІДЖУ РЕГІОНУ

Досліджується імідж туристського регіону, а також чинники, які впливають на його формування. Розглянуто вплив інформаційних технологій на створення туристського образу регіону.

Исследуется имидж туристского региона, а также факторы, влияющие на его формирование. Рассмотрено влияние информационных технологий на создание туристского образа региона.

The investigate the image of tourism in the region, factors that influence its formation. The influence of information technology was considered for creating the image of tourism in the region.

Ключові слова: імідж, імідж регіону, туристський імідж.

В сучасному світі люди звикли сприймати будь-яке явище чи подію через призму інформації, яку вони про неї отримують. Важливе місце у позитивному сприйнятті того чи іншого явища, людини, організації, регіону посідає формування іміджу. Для окремого регіону фо-