

HOTEL, CATERING BUSINESS AND TOURISM

Mira Hakova, Candidate of Economic Sciences

Dnipro Humanitarian University

Dnipro, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-398-9-22>

MONITORING OF MOTIVATIONAL NEEDS OF MOTIVATIONAL NEEDS OF THE STAFF OF HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES

VIEŠBUČIŲ IR RESTORANŲ ĮMONIŲ PERSONALO MOTYVAVIMO POREIKIŲ STEBĖJIMAS

Veiksmingas viešbučių ir restoranų įmonių personalo valdymas neįmanomas nesuvokus darbuotojų motyvų. Kiekvienas įmonės darbuotojas turi savo asmeninius motyvus, skatinančius atlikti tam tikras užduotis, todėl personalo motyvacija yra esminis veiksnys, orientuojantis darbuotojus siekti įmonės tikslų ir prisidedantis prie įmonės strateginių planų įgyvendinimo.

Viešbučių ir restoranų įmonių valdymas, naudodamas motyvacijos funkciją, išsprendžia keletą pagrindinių užduočių, būtent:

- skatina aukštesnius darbo rezultatus;
- ugdo kūrybinę veiklą;
- skatina teigiamą darbuotojų elgesį;
- užtikrina darbuotojų lojalumą;
- sumažina personalo kaitą;
- formuoja teigiamą įmonės personalo reputaciją.

Norint valdyti motyvacijos procesą, būtina nuolat stebėti remiantis šia informacija:

- apie valdymo objektus;
- apie esamą darbuotojų motyvacijos būklę;
- apie darbuotojų elgesio pokyčius, susijusius su motyvavimo priemonėmis;
- apie darbuotojų motyvacinio dėmesio pokyčius;
- apie motyvacinės veiklos rezultatus.

Siekdami nustatyti viešbučių ir restoranų įmonių darbuotojų poreikių vaizdą, atlikome trijų žvaigždučių viešbučio „Central“ Kryvyi Rih darbuotojų motyvacinę stebėseną.

Motyvacinių veiksnių analizei naudojome S. Ritchie ir P. Martin „Motyvacinį profilį“.

„Motyvacinis profilis“ susideda iš 12 faktorių, kurie gali būti naudojami kaip motyvatoriai darbo komandose, kur respondentų prašoma paskirstyti 11 balų tarp keturių variantų už kiekvieną teiginį, pažymėtą raidėmis (a), (b), (c) ir (d). Iš viso yra 33 teiginiai, taigi iš viso gaunami 363 taškai [1].

12 organizacijos darbuotojų motyvacijos veiksnių [1]:

- 1) didelis atlyginimas ir materialinis paskatinimas;
- 2) patogios fizinės darbo sąlygos;
- 3) darbo struktūrizavimas;
- 4) socialiniai kontaktai;
- 5) stabilūs santykiai;
- 6) pripažinimas nuopelnais;
- 7) siekimas laimėjimų;
- 8) galia ir įtaka;
- 9) įvairovė ir kaita;
- 10) kūrybiškumas;
- 11) savęs tobulinimas;
- 12) įdomus ir naudingas darbas.

Kaip pavyzdys pateiktas vieno iš „Centralny“ viešbučio šefų tyrimas, pateikti anketos rezultatai (1 lentelė).

Taigi, maksimalus motyvacijos faktoriaus balas lygus 68 balams (motyvacijos faktorius № 1), visus kitus taškus padaliname iš 68 balų ir gauname rezultatą nuo 0 iki 1.

Atlikęs kiekvieno veiksnio apklausą, respondentas įvertina pasitenkinimo atitinkamu veiksmu laipsnį intervale nuo 0 iki 1 (0-0,1 – visiškai nepatenkintas; 0,2-0,4 – nepatenkintas; 0,5-0,6 – vidutiniškai; 0,7 – labiau patenkintas nei nepatenkintas; 0,8-0,9 – patenkintas; 1 – visiškai patenkintas).

Pateikiami motyvacinių veiksnių prioriteto ir pasitenkinimo šiais veiksniais rezultatai lyginami (2 lentelė).

Motyvacinių veiksnių kokybinės reikšmės ir jų pasitenkinimo lygis rodo (2 lentelė), kad būtina daugiau dėmesio skirti motyvacijos veiksmui Nr. 1 (Didelis atlyginimas, materialinis atlygis) ir faktoriui Nr. 6 (Pripažinimo poreikis), nes šie veiksniai turi didelę reikšmę ir menką pasitenkinimą šiam respondentui (virėjui), kuris yra aukštos kvalifikacijos, yra profesionalus ir drausmingas darbuotojas, turintis didelį materialinio stimuliavimo poreikį, taip pat pripažinimo poreikį.

Viešbučio „Centralny“ darbuotojo (virėjos) apklausos rezultatai

№ patvirtinimo	Motyvacinis veiksnys											
	Didelis atlyginimas	Patogios fizinės darbo sąlygos	Darbo struktūrizavimas	Socialiniai kontaktai	Stabilūs santykiai	Pripažinimas nuopelnais	Siekimas laimėjimų	Galia ir įtaka	Įvairovė ir kaita	Kūrybiškumas	Savęs tobulinimas	Įdomus ir naudingas darbas
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	6				2			2			1	
2		1	4			4						2
3			4	4	2				1			
4			3	1		6			1			
5	5	1	3								2	
6	2	3				4						2
7			2		1	4						4
8									1	2	5	3
9						6		1	1		3	
10	4			2	2						3	
11		1	5			2						3
12		1				4	4				2	
13		0			0		2			9		
14	6			3						2	0	
15			2			5		3	1			
16	8		0				0	3				
17			5		3		1	2				
18				3				2		3	3	
19	5					3		2		1		
20	10	1						0				
21			4	1						4		2
22	8	1						0	0	2		
23	5			4			2	0				
24		3					4	0		4		
25		2		2				3			4	
26		3		1				3				4
27					0	7	0				4	
28					2		2	3				4
29				2	2			1				6
30				0	1	9		1				
31	9		1				0			1		
32							2			4	4	1
33					1		2			2		6
Kartu	68	17	33	23	16	54	19	26	5	34	31	37

Šaltinis: sukūrė autorius remiantis tyrimais

Motyvaciniai veiksniai ir jų pasitenkinimo lygis

Vertės pavadinimas	Motyvacinis veiksnys											
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6	№ 7	№ 8	№ 9	№ 10	№ 11	№ 12
Reikšmė motyvacinis veiksny	1,00	0,25	0,49	0,34	0,24	0,8	0,28	0,38	0,07	0,5	0,46	0,54
Pasitenkinimo lygis	0,5	0,7	0,4	0,6	0,4	0,4	0,6	0,4	0,5	0,7	0,5	0,7

Šaltinis: sukūrė autorius remiantis tyrimais

Taigi, siekiant tobulinti personalo motyvavimo sistemą, buvo atliktas motyvacinis monitoringas, analizuojami motyvaciniai veiksniai remiantis Sh.Ritchie ir P.Martin „Motyvaciniu profiliu“. Remiantis tyrimo rezultatais, buvo gautos kokybinės motyvacinių veiksnių reikšmės ir jų pasitenkinimo lygis, pateiktos rekomendacijos, kurios leis darbdaviui padidinti darbuotojų motyvacijos lygį siekiant įmonės rezultatų.

References:

1. S. Ritchie, P. Martin, Motivation Management (Gower Pub Co, London, 1999).