

## УДК 005.32:331.101.3

**Л. Польова**

*канд. пед. наук, доц.,  
доцент кафедри готельно-ресторанної  
та курортної справи,  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет  
імені В. Стефаніка»*

# МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В ЗАКЛАДАХ РОЗМІЩЕННЯ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ

Готельне господарство впливає як на розвиток індустрії туризму загалом, так і на інші види діяльності, які обслуговують туристичну сферу. В умовах конкуренції закладів розміщення успіх і результати економічної діяльності, а також задоволення потреб клієнтів залежать від якості наданих послуг.

У закладах розміщення управління персоналом та організація процесу залежить безпосередньо від розроблення та впровадження ефективної системи мотивації працівників підприємства. Саме ця система дає змогу створити міцну команду із високим рівнем віддачі та якістю послуг, що допоможе закладам розміщення досягти поставлених бізнес-завдань [2].

Сьогодні розроблено і впроваджено велику кількість моделей мотивації персоналу, автори яких добре відомі багатьом керівникам: А. Маслоу, Ф. Герцберг, С. Керролл, Т. Мітчелл, Е. Лоулер, Л. Портер, Е. Мейо, М. Грегор, Ф. Тейлор, А. Макаренко, Д. Моутон, В. Андрєєв, і т.д. Ці автори довели різні моделі стимулювання праці. Однак жодна модель не може відповідати всім параметрам та потребам кожної людини.

Слід зауважити, що створення і майбутній розвиток системи мотивації працівників у готелі є процесом, що формується та змінюється з часом. Існувала думка, що лише два стимули мотивує персонал: заробітна плата і загроза втратити роботу, але потреби сучасного мотивування зовсім інші.

Для аналізу рівня мотивації працівників потрібна точна інформація від самих працівників, яку можна отримати різними способами, наприклад, за допомогою анкети чи опитування.

Існує багато класифікацій мотивації. Однією з них є класифікація потреб А. Маслоу, згідно з якою працівники так оцінюють свої потреби:

- фізіологічні потреби – 80 %;
- потреба в безпеці – 90 %;
- потреба в приналежності до соціальної групи – 30 %;
- потреба в повазі (самоповага, успіх, статус) – 40 %;
- потреба в самовираженні – 50 % (переважає у топ-менеджерів) [1].

З огляду на моніторинг потреб персоналу, найбільш потрібними є такі способи мотивування працівників у готелях: лікарняні, відпустки загальною тривалістю 4 тижні кожні пів року; безпека, охорона праці і здоров'я; надання умов для відпочинку, організоване харчування; привітання з різними подіями, надання подарунків від імені організації; знижки для робітників на проживання в готелі за спеціальним тарифом, економічні заохочення та винагороди.

Крім грошових методів мотивації у готелях слід приділяти значну увагу соціально-психологічним методам, наприклад, проводити заходи, що спрямовані на зміцнення взаємозв'язків у команді, а також значну увагу приділяти підвищенню кваліфікації працівників.

Мотивація працівників має опиратися на теорії очікування. Кожен працівник, виконуючи свою роботу, повинен отримати винагороду. Якщо через певні причини його не влаштовує винагорода, то він втрачає бажання працювати. Тому керівництво повинно розуміти, що для мотивації потрібно намагатися підвищити роль роботи в житті їхнього персоналу. Наприклад, керівник повинен посилати робітникам підприємства привітання з днем народження, регулярно організувати святкування різноманітних урочистостей. Адже усі ці заходи допомагають створити нову корпоративну культуру і мотивувати працівників до виконання своїх обов'язків [3].

Для того, щоб більше мотивувати, потрібно поліпшити матеріальну і моральну зацікавленість працівників, а також враховувати досвід країн із розвинутою економікою у цій сфері.

Із багатьох моделей систем мотивації праці найбільш розвинутих країн можна виділити як найбільш характерні японську,

американську, французьку, англійську, німецьку, шведську. Сучасні тенденції формування зарубіжних систем мотивації праці базуються на таких чинниках мотивації праці:

індивідуалізація оплати праці; оцінювання праці з погляду професійної майстерності; додаткові винагороди (виховання дітей, надання автомобіля, забезпечення через старість); трудова дольова участь; соціальні гарантії.

Сучасна кризова ситуація в Україні призводить не тільки до фінансових проблем, а й до втрати кваліфікованих фахівців, без яких неможливо забезпечити існування закладів розміщення в кризовій ситуації, підтвердження конкурентоспроможності та успішне майбутнє. Отже, ця ситуація, яка склалася в Україні, ставить нові вимоги до мотивації персоналу.

Аналізуючи ситуацію в країні, можна сказати, що кожен заклад розміщення повинен орієнтуватися на працівника, без якого подолання кризи неможливе. Тому сьогодні особливої актуальності набуває проблема удосконалення мотивації персоналу в умовах економічного спаду, спричиненого світовою пандемією COVID-19.

*Ключові слова:* мотивація персоналу, якість послуг, заклади розміщення, стимулювання.

### **Список використаних джерел**

1. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот. – Київ : КНЕУ, 2004. – 345 с.
2. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг : навч. посіб. / О. О. Любіцева. – Київ : Альтерпрес, 2003. – 436 с.
3. Малик Л. О. Економіка та організація формування маркетингової туристичної індустрії в Україні : монографія / Л. О. Малик. – Дрогобич, 2011. – 394 с.
4. Мальська М. П. Готельні ланцюги світу: сучасний стан та перспективи розвитку / М. П. Мальська, Л. С. Безручко. – Львів : ЛІЕТ, 2018. – 290 с.