

**Польова Леся Василівна**  
**Клапчук Володимир Михайлович**

## **ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ 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.

Керівники сфери обслуговування все більше схильються до висновку, що мотивація є дуже важливим інструментом, який дає можливість всіх працівників націлити на працю. Саме персонал представляє свій заклад і за його допомогою весь процес рухається в одному напрямку як одне ціле. А добре вмотивований персонал є ключем до успіху будь-якого підприємства.

Якість послуги сприймається не лише її грамотним виконанням, а й тим, наскільки ввічливо, сумлінно та лояльно поведився персонал стосовно покупця. Професіоналізм співробітника визначається як його навичками і здібностями, а й людськими якостями. Однак, якщо у персоналу немає мотивації працювати, на робочому місці втрачаються абсолютно всі якості.

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

На сьогоднішній день 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. Дані автори довели різні моделі стимулювання праці. Однак жодна модель не може відповідати всім параметрам та потребам кожної людини.

Варто 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 втрата втратити роботу. Але потреби сучасного мотивування зовсім інші.

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

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

- Фізіологічні потреби – 80%;
- Потреба в безпеці – 90%;
- Потреба в приналежності до соціальної групи – 30%;
- Потреба в повазі (самоповагу, успіху, статус) – 40%;
- Потреба в самовираженні – 50% (переважає у ТОП-менеджерів) [1].

З огляду моніторингу потреб персоналу найбільш потрібними є такі способи мотивування працівників в готелях: лікарняні, відпустки загальною тривалістю в 4 тижні кожні півроку; 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 в готелях варто надавати значну увагу і соціально-психологічним методам. Щоб на підприємствах проводилися заходи, що спрямовані на зміцнення взаємозв'язків у команді. А також, щоб значна увага надавалась підвищенню кваліфікації працівників.

Мотивація працівників повинна опиратися на теорію очікування. Кожен працівник, виконуючи свою роботу повинен отримати винагороду, якщо з певних причин його не влаштовує винагорода, то він втрачає бажання працювати. Тому керівництво має розуміти, що для мотивації має намагатися підвищити роль роботи в житті їхнього персоналу. Наприклад, керівник повинен посилати робітникам підприємства привітання з днем народження, регулярно організовує 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 покращувати матеріальну і моральну зацікавленість працівників, а також враховувати досвід країн з розвинутою економікою у цій сфері.

З багатьох моделей систем мотивації праці найбільш розвинених країн можна виділити як найбільш характерні японську, американську, французьку, англійську, німецьку, шведську моделі. Сучасні тенденції формування зарубіжних систем мотивації праці базуються у таких факторах мотивації праці: індивідуалізація оплати праці; оцінка праці працівника з професійної майстерності; додаткові винагороди (виховання дітей, надання автомобіля, забезпечення по старості); трудова дольова участь; соціальні гарантії.

Сучасна кризова ситуація в Україні призводить не тільки фінансовим проблемам, а й втратою кваліфікованих фахівців, без яких неможливо забезпечити існування закладів розміщення в кризовій ситуації, підтвердження конкурентоспроможності та успішне майбутнє. Тому, дана ситуація, яка склалася в Україні, вимагає нові вимоги до мотивації персоналом.

Незважаючи на те, що на сьогоднішній день винайдено безліч прийомів мотивації персоналу, але жоден з них не зможе дати якісний результат, якщо не усунуто такі фактори як: порушення договору з боку керівників; доручення невідповідних видів робіт; ігнорування ініціативи з боку співробітників; урізання обіцяної зарплати і накладання штрафів.

Аналізуючи дану ситуацію в країні, можна сказати, що кожен заклад розміщення повинен орієнтуватись на працівника без якого подолання кризи не можливе. Тому, саме зараз, як ніколи, особливої актуальності набуває проблема удосконалення мотивації персоналу в умовах економічного спаду, спричиненого світовою пандемією Covid 19. Мотиваційний механізм взаємодії фірми з підлеглими повинен постійно удосконалюватися, це є запорукою запобігання

появі факторів, що демотивують. Але, варто пам'ятати, що ідейних співробітників, які йдуть виконувати професійні обов'язки для досягнення цілей фірми – немає. Кожен співробітник, перш за все йде працювати для задоволення власних потреб, а від рівня мотивації залежить його бажання задоволення потреб підприємства.

### **Список використаних джерел**

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