

Секція: Економіка, організація і управління підприємствами, галузями, комплексами (промисловості, АПК і сільського господарства, будівництва, транспорту, зв'язку та інформатики, сфери послуг)

**Зелена М.І.**

*асистент кафедри управління  
персоналом і економіки праці*

*Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький, Україна*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ТУРИЗМУ**

В умовах, що склалися в Україні на нинішньому етапі її розвитку, проблема мотивації особистості набула важливого значення, оскільки вирішення завдань, які стоять перед суспільством, можливе лише за умови створення належної мотиваційної основи, здатної спонукати персонал підприємств до ефективної діяльності. Мова йде про застосування таких форм і методів стимулювання особистості, які б сприяли високій результативності її роботи.

Поняттям ширшим за мотивацію, є захоплення працею, тобто переконання працівника у доцільності, змістовності його праці. Сильне захоплення працівників діяльністю організації викликає скорочення плинності кадрів та невиходів на роботу, але не має виразного впливу на поліпшення ефективності праці.

Розробивши систему мотивації, спрямовану на задоволення потреб працівників підприємства відповідно до того, що вони вважають важливим, можна створити сприятливі умови для досягнення цілей організації. Для молодих працівників важливими є кар'єра, життєвий успіх.

У працівників перед пенсійного віку сильними мотивами підвищення продуктивності праці є визначення їх авторитету, цінності, незалежності для фірми тощо. Для людей, чиє фінансове становище є відносно достатнім, моральні мотиви можуть бути значно вагомішими, ніж матеріальні. Якщо здійсненна робота дала результат, необхідний для організації, то індивід має отримати винагороду, яка задовольнить його потреби. На цьому етапі з'ясовується, наскільки фактична винагорода відповідає очікуванням людини. Залежно від цього відбувається послаблення, збереження або посилення мотивації. Якщо винагорода буде невідповідна досягнутим результатам, мотивація ослабне. Досягнувши поставленої мети, людина сприйме свої дії як правильні й надалі виконуватиме роботу так само [1].

Щодо української ментальності, то їй характерно прагнення до колективної праці. Сьогодні, коли через складну економічну ситуацію дуже важко становити високу заробітну плату, особливу увагу треба приділити нематеріальному стимулюванню праці, складаючи гнучку систему пільг для робітників, наприклад:

- признавати цінність працівника для організації, надавати йому творчу свободу;
- застосовувати програми збагачення праці та ротацію кадрів;
- застосувати гнучкий графік, неповний робітничий тиждень, можливість працювати як на робочому місці, так і дома;
- поставити працівникам знижки на продукцію, яку випускає компанія, де вони працюють;
- надавання кредиту співпрацівникам на придбання хати, автомобіля та інше [2].

На основі того, в якій формі, з якою швидкістю і яким чином працівники отримують завдання, вони оцінюють власну значимість з точки зору керівника, тому неможна приймати рішення, яке стосується змін в роботі співпрацівників без їх відома, навіть якщо зміни позитивні, а також

перешкоджати доступу до необхідної інформації. Інформація щодо якості праці співробітника повинна бути оперативною, масштабною і своєчасною.

Однією з систем мотивування працівників на туристичній фірмі для більшої продуктивності працівників, використовується такий метод, як проведення «Рекламних турів». Рекламний тур – тур в якому приймають участь працівники компанії з метою більш детального вивчення туру.

Працівники, які приймають участь у «рекламних турах» мають змогу відвідати країни (які пропонуються туром – переважно ті напрямки, якими він займається) зі знижками або зовсім безкоштовно (за рахунок туристичної фірми). Існує досить велика перевага рекламних турів. Головна з переваг «рекламного туру» полягає в тому, що менеджер який сам був в країнах які він пропонує своїм клієнтам, більш детально може про неї розказати. Таким чином такий менеджер заохочує клієнта купити саме його тур [3].

Ще один вид мотивування працівників туристичної фірми, полягає у нарахуванні бонусів працівникам. Одним з видів діяльності за, які менеджер може отримати бонуси може бути кількість проданих турів. Чим більше менеджер продав турів, тим більше бонусів він отримав.

Також бонуси можна отримати за розширення напрямків своєї діяльності. Наприклад менеджер може брати додаткові напрямки для роботи (країни), додаткові види туризму (гірський, автобусний, екскурсійний, круїзи). Такі бонуси можуть додаватися і в кінці кварталу або року, працівник може отримати замість цих бонусів знижки на будь який тур, премії або навіть безкоштовний тур [3].

Отже, ефективна мотивація трудової діяльності персоналу підприємства повинна: виходити з особливостей зовнішньоекономічної кон'юнктури; погодженості системи стимулювання з економічною стратегією підприємства, яка, власне, формує методологію досягнення цілей, і має бути направлена на визначення раціонального рівня доходів працівників, що приведе до високих результатів їх праці і підприємства в цілому.

## Література:

1. Инновации в туризме [Електронний ресурс] / В. С. Новиков. - М. : Академия, 2007. - 208 с.
2. Основи туристичної діяльності [Електронний ресурс] / Т. Г. Сокол. - К. : Грамота, 2006. - 264 с. Туризм и гостиничное хозяйство [Електронний ресурс] : учеб. пособие / под ред. Л.П. Шматько. - 2-е изд.. - М. : ИЦК "МарТ", 2005. - 352 с.
3. Черватюк О. Заробітна плата в механізмі мотивації трудової діяльності працівників (на прикладі підприємств Житомирщини) // Україна: аспекти праці. – 2002. – № 3.