

## МОТИВАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ ЯК НАЙВАЖЛИВІШИЙ ЧИННИК ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

НТУ «Дніпровська політехніка»

Пальчун Єгор Володимирович

Науковий керівник: к.е.н., доц. Бондаренко Людмила Анатоліївна

Проблема мотивації працівників не тільки не втрачає своєї актуальності протягом багатьох років, але й є ґрунтовною умовою успішного існування туристичного підприємства. Для ефективної мотивації працівника потрібно знати, що саме його стимулює. Якщо дізнатись які потреби або мотиви спонукають людину до діяльності, чого вона хоче досягти, виявити чинники переваги і розробити модель поведінки, що дозволяє найефективніше впливати на співробітників.

У сьогоденнішніх реаліях потреби – головний стимул людини до діяльності, які впливають на характер поведінки. Кожна людина має різні потреби, тому індивідуальний підхід є таким важливим. Наявність потреб спонукає людину до праці, пошуку можливостей їх задоволення. Але окрім потреб існують мотиви. Тобто психологічна причина спонукання до певної дії. На формування мотивів впливають як зовнішні так і внутрішні фактори. Усі мотиви є взаємопов'язаними та формують поведінку людини. Ефективний керівник знає і рахується з мотивами працівників та намагається зробити все можливе для їх задоволення (рис. 1).

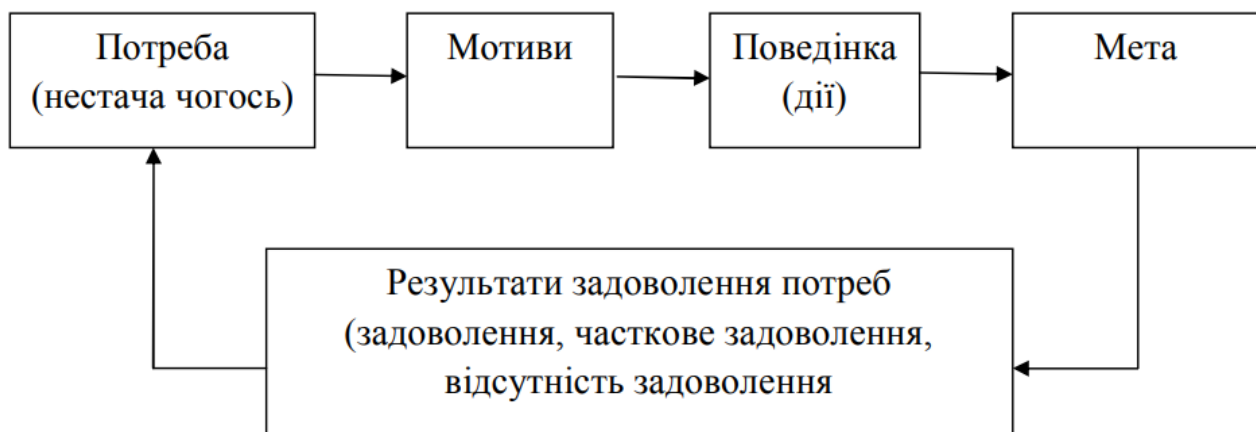


Рис. 1 Процес мотивації праці через потреби працівника

Плануючи програму мотивації праці через потреби працівника необхідно не допустити кризу трудової мотивації, що приведе до зниження продуктивності праці і якості туристичного сервісу, адже кризова ситуація небезпечна тим, що співробітники втратять упевненість в завтрашньому майбутньому на цьому підприємстві. А отже, при плануванні необхідно задіяти кадровозберігаючий підхід, тим самим знайшовши інструменти або способи, які дозволять зацікавити працівника і утримати на робочому місці. Більш того, необхідно врахувати і те,

щоб працівники не просто виконували поставлені задачі, але й власним прикладом надихали колег (рис. 2).

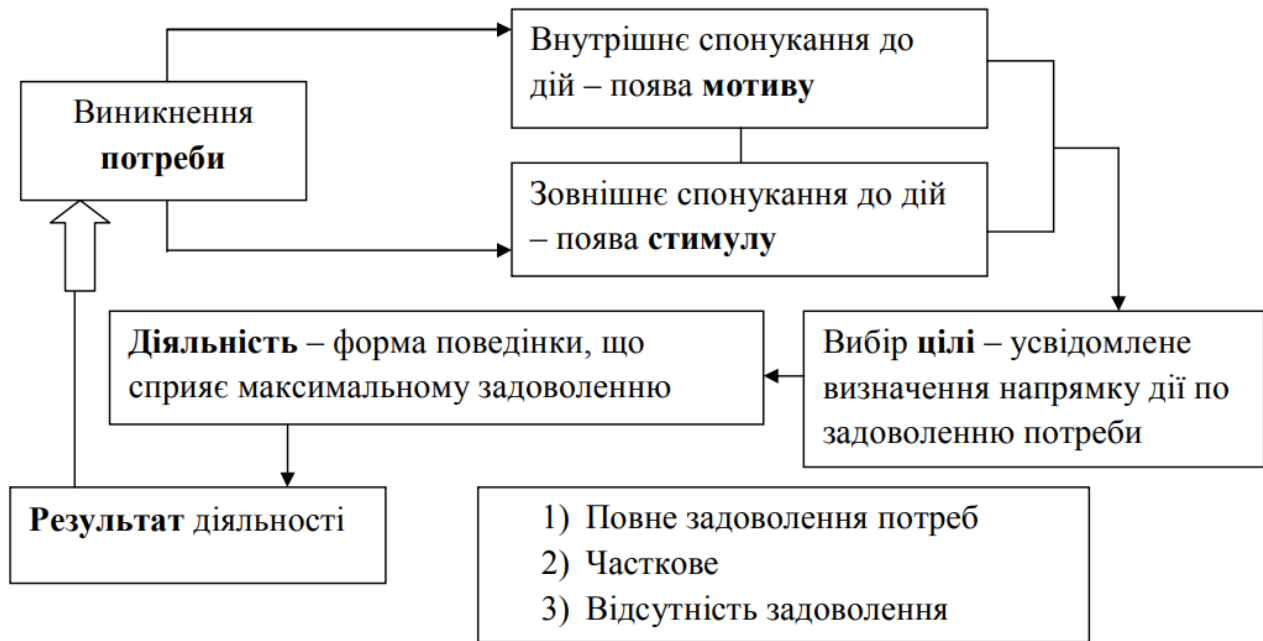


Рис. 2 Процес мотивації працівників туристичного підприємства

Тому одним з заходів кадровберігаючого підходу є роз'яснювальна робота з персоналом, відповідно до якої інформація для співробітників повинна містити:

- характеристику ситуації, в якій перебуває туристичне підприємство;
- найбільш вірогідний варіант розвитку подій;
- заплановані заходи по подоланню кризи і очікувані результати від їх реалізації;
- роль співробітників в її успішній реалізації.
- рівень доходу;
- реальність кар'єрного росту;
- соціальні гарантії;
- офіційне працевлаштування;
- відношення з керівництвом;
- відношення в колективі.

Основні чинники, що здійснюють найбільший вплив на вирішення про зміну місця роботи це: відсутність кар'єрного росту та відношення з керівництвом.

Заробітна плата залишається одним з найважливіших показників для працівника у момент, коли розглядається пропозиція зміни роботи. Гроші залишаються найбільш мотивованим чинником для фахівців в сфері туризму.

За останні десять років туристичні підприємства стимулюють працівників лише матеріально. Тобто, керівникам простіше виплатити премію або бонуси і розширити соціальні пакети, аніж вигадувати нові способи нематеріального стимулювання.

Аде на сьогодні, враховуючи кризову ситуацію в країні, на перше місце виходять інші способи стимулювання співробітників, без матеріальної винагороди.

Також потрібно врахувати, що не все визначається грошима: навіть маючи високу заробітну плату, працівники все одно звільняються з підприємств. Причиною тому може бути рутинна робота або стан хронічного стресу. І якщо розмістити на шкалі значущості такі мотиваційні чинники, як гроші, слава, здоров'я, влада і інше, саме більшого значення більшість людей все ж віддають спокою, відчуттю гармонії і відчуттю визначеності.

Більш того, керівництву необхідно збільшити увагу на зниженні тривожності працівників від невизначеності, повідомляти про найближчі плани та досягнення підприємства. Також слід врахувати, що частина працівників вже постраждали від кризи; перша частина почала більше дорожити своїм робочим місцем, а друга частина працівників стала менше триматися за робоче місце, приступили до активного пошуку кращої пропозиції, і закордон не виключення.

Отже, неефективна програма мотивації працівників може призвести до втрати висококваліфікованих фахівців, без яких неможливо вдало вести туристичну діяльність. Причому втратити фахівця можна не лише у прямому розумінні цього слова, але і в переносному, коли знижується його працездатність, ініціативність, азарт, віра в завтрашній день.