

УДК: 338.4882:640.412

Морозюк А. – ст. гр. Т1-В14

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: к.е.н., старший викладач Буторіна В.Б

Morozuk A.

Kamianets-Podilsky Ivan Ohienko National University

STAFF MOTIVATION TOURISM ENTERPRISES

В даній статті аналізуються питання методів мотивації і стимулювання персоналу туристичної фірми. Наведені загальні рекомендації для удосконалення мотивації персоналу та використання сучасних методів мотивації для ефективної роботи персоналу.

Supervisor. This article examines the question of methods of motivating and encouraging staff travel firmy. Navedeni general recommendations to improve staff motivation and use of modern techniques for effective motivation of staff..

Ключові слова: персонал, стимул, мотиви, керівництво, туристичне підприємство, мотивація.

Keywords: staff incentive, motivation, leadership, business travel, motivation.

Постановка проблеми. Мотивація співробітників займає одне з центральних місць в управлінні персоналом, оскільки вона є причиною їх поведінки.

Керівники не завжди чітко уявляють, які мотиви стимулюють їх підлеглих на ефективну роботу і часто переоцінюють значимість для працівників «базових мотивів», таких як безпека, зарплата, надійність і недооцінюють внутрішні стимули до роботи – творчість, ініціативність, самостійність, необмеженість фантазії та бажання досягти високих результатів.

Керівники туристичних фірм недостатньо акцентують увагу на те, що зараз серед працівників посилилася потреба в стимулюванні. Якщо співробітник вважає, що йому серйозно недоплачують, відчуває незадоволеність від виконання своєї роботи, то у нього з'являється бажання звільнитися і знайти більш кращу роботу. Тому необхідно задуматися над питанням, чи сприймають співробітники свою винагороду як справедливу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі поняття «мотивація персоналу» трактується неодноково. Так, Е. Мол, розглядаючи менеджмент персоналу, визначає його як «тип управління, в якому віддається пріоритет мотивації ділової поведінки, діяльності, відношенням над адмініструванням і жорстким контролем».

Американський учений Р. Дарт розглядає мотивацію як сили, що існують усередині людини або поза нею, і які збуджують у ній ентузіазм і завзятість за виконання певних дій. І далі він зазначає: «Мотивація працівників впливає на їхню продуктивність, і частина роботи менеджера саме і полягає в тому, щоб спрямувати мотивацію на досягнення цілей організації».

Мотивація, за визначенням Н. Дряхлова і Є. Купріянова, — це спонукання людей до активної діяльності, процес свідомого вибору людиною певної лінії

поведінки, яка ґрунтується на внутрішніх і зовнішніх факторах або, іншими словами, на мотивах і стимулах.

Виклад основного матеріалу. Мотивація - це процес спонукування кожного співробітника і всіх членів його колективу до активної діяльності для задоволення своїх потреб і для досягнення цілей організації [1].

Необхідно розробити таку систему мотивації, щоб співробітники захотіли вкласти більше сил і душі в справу, якою вони займаються. Туристичній фірмі рекомендується застосовувати такі *методи* підвищення мотивації і поліпшення якості роботи працівників.

1. У працівників туристичної фірми різні цілі і бажання, відповідно, їм необхідно надати різні можливості для роботи і професійного росту.

2. Завдання підлеглим повинні бути ясними.

3. Усунути чинники, які заважають мотивації.

4. Необхідно відстежувати рівень мотивації.

5. Керівництву необхідно виявляти цікавість не лише до роботи своїх співробітників, але і до них, як до особистостей.

Вивчаючи персонал туристичної фірми, можна стверджувати, що в кожній з них є проблеми. Результати проведеного анкетування:

- Більшість працівників (60%) вважає, що виконана ними робота відповідає їх кваліфікації.

- В туристичній фірмі задоволені своєю роботою лише 40% працівників. Головна причина незадоволеності є не висока оплата праці.

- Співробітники не завжди повною мірою реалізують свої здібності (знання, вміння, навички).

- Співробітники оцінюють психологічний клімат в туристичній фірмі як нормальний (50%) [5].

Досить часто клієнти не можуть визначитись з відпочинком, тим самим створюють стресову ситуацію для менеджера. Тому буде корисним введення додаткової 5 – хвилинної перерви на кожну годину.

Мотиваційний клімат – це атмосфера, виникає в результаті взаємодії працівника, роботи, керівника й оточення, в якому вони працюють.

Створити мотиваційний клімат - означає підібрати людину, адекватну роботі й організації. Слід наголосити, що багато в чому клімат і культура в організації залежить від свідомих цілеспрямованих зусиль її керівництва [2].

Варто почати з розгляду терміну «стимул». У притчі розповідається, що погоничі мулів, навантаживши тварин поклажею й готуючись у дорогу, брали з собою спеціальне пристосування. Це була проста палиця, до якої з одного боку прив'язували морквину, а з другого одягали гостро заточений наконечник. Якийсь час мул жваво біг (звичайно ж, тільки в тому випадку, якщо в нього було таке бажання – мотивація), але в дорозі його щось могло відволікти, і тоді або рухався повільніше, або взагалі зупинявся. Що ж робив погонич? Не злазячи з мулу, він дістав своє чудо – пристосування й «вивішував» морквину просто перед носом тварин, тим самим домагаючись необхідної дії – руху вперед. Згодом морквина переставала діяти на тварину потрібним чином. Тоді в хід ішов загострений наконечник. Як ви здогадалися, саме спеціальне пристосування погонича мулів і називалося стимулом.

Стимулювання – це позитивне або негативне підкріплення, що застосовується керівником за правельну та неправельну поведінку працівника при виконанні роботи.

Висновки. Найвища майстерність керівника – досконало розібратися в людині, зрозуміти, що вона любить. Однією з головних задач туристичних фірм є покращення якості та лояльності персоналу. Таким чином можна стверджувати, що мотивація може

здійснюватися не тільки за рахунок грошової винагороди за роботу і кар'єрного зросту, а й за допомогою інших факторів впливу на працівника.

Список використаних джерел

1. Поліщук Д.І Мотивація як чинник підвищення продуктивності на підприємстві / Я.Д. Качмарик, Д.І. Поліщук // Науковий вісник НЛТУ України – 2011. – Вип. 21.8. - С.209-213.
2. Крушельницька О.В. Управління персоналом: навч. посібн/ О.В Крушельницька ,Д. П.Мельничук. – К.: Вид-во «Кондор», 2003. – 296 с.
3. Бурмістров О.І. Які методи підвищення мотивації персоналу є дієвими? // Управління персоналом. – 2002. - № 7. – с. 45-47.
4. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия. – Нижний Новгород, 2001. – 260 с.
5. Концептуальні засади менеджменту якості в сфері туризму. {Електронний ресурс} – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/baev.htm

УДК 330.332: 336.717

Роїк М.В.-ст.гр. ЗФБС-16-2М

Житомирський державний технологічний університет

БАНКІВСЬКА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ НА РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Науковий керівник: к.е.н, доцент Новак О.С.

Royik M.V.

ZhytomyrStateTechnologicalUniversity

BANKING INVESTMENT ACTIVITY IN THE SECURITIES MARKET

Supervisor: Novak O.S.

Ключові слова: інвестиційна діяльність, ринок цінних паперів, банківські інвестиції.

Keywords: investment activities, securities market, investment banking.

Інвестиції є необхідною умовою розвитку ринкової економіки. Саме інвестиції створюють виробничий потенціал на базі найновіших досягнень науки і техніки, визначають конкурентні позиції суб'єктів господарювання країн на внутрішньому і зовнішньому ринках. На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки актуальними є питання, що пов'язані із активізацією банківської інвестиційної діяльності на ринку цінних паперів.

Банківська інвестиційна діяльність — це діяльність, зосереджена на активному залученні інвестиційних ресурсів та ефективному вкладенні банком реальних та фінансових інвестицій, а також сприянні підприємствам у залученні інвестицій, з метою отримання прибутку та максимального задоволення потреб клієнтів у ресурсах, необхідних для реалізації інвестиційних проектів.

Банківські інвестиції — це вкладення коштів у рухоме й нерухоме майно, інтелектуальні цінності та цінні папери, що здійснюються комерційними