ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Кравченко А.В.
кандидат економічних наук, доцент;
Сердюк А.Б.
магістр,
Національний педагогічний університет
імені М.П. Драгоманова

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасному менеджменті персоналу все більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу.

Основна мета процесу стимулювання – це отримання максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє підвищити загальну ефективність і прибутковість діяльності підприємства.

Мотивація та стимулювання 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.

В економічній літературі поняття «стимулювання персоналу» трактується неоднаково. 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» [4].

Американський учений Р. Дарт розглядає стимулювання 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: «Стимулювання працівників впливає на їхню продуктивність, і частина роботи менеджера саме і полягає в тому, щоб спрямувати мотивацію на досягнення цілей організації» [2].

Стимулювання, 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 [3].

Отже, стимулювання – це будь який засіб безпосереднього впливу на особистість працівника, підвищення працездатності з метою досягнення ефективності трудової поведінки.

Мотивація – це процес спонукання себе чи інших (окремої людини чи групи людей) до цілеспрямованої поведінки або виконання певних дій, спрямованих на досягнення власної мети чи мети організації [1].

Методи мотивації персоналу можуть бути найрізноманітнішими, зазвичай вони залежать від системи стимулювання на підприємстві, загальної системи управління та особливостей діяльності самого підприємства.

Провідні мотиви працівників туристичних підприємств можуть бути об'єднані у чотири групи: інтелектуальні,матеріальні,моральні,статусні. До першої групи можна віднести інтелектуальний саморозвиток, допитливість, захопленість ідеєю, любов до вирішення важких завдань, прагнення до повної реалізації свої інтелектуальних здібностей. Другим, не менш важливим, стимулом до праці є матеріальна зацікавленість – одержання матеріальної винагороди. Третім стимулом слугує моральна винагорода – визнання підприємством цінності роботи, внеску співробітника у розвиток підприємства; відчуття працівником своєї особливої значущості для підприємства, особливого покликання. Статусні мотиви є внутрішньою рушійною силою поведінки, пов'язаної з прагненням людини посісти вищу посаду, виконувати складнішу, відповідальнішу роботу, працювати у сферідіяльності (організації), яка вважається престижною, суспільно значущою.

У випадку стимулювання працівників методами матеріального характеру підприємство несе значні фінансові витрати, які можуть мати різну форму. У випадку стимулювання методами нематеріального характеру підприємство може варіювати власні витрати.

Методи матеріального стимулювання одночасно є економічними, які поділяються на прямі економічні, або грошові, і непрямі економічні, або негрошові методи. Основою цієї групи методів є грошова винагорода (заробітна плата, премії, надбавки) або винагорода, що надається працівнику не в грошовій формі (оплата путівок, проїзду, харчування). Вони орієнтовані на матеріальні мотиви працівників: прагнення достатку, певного рівня добробуту. Працівники зацікавлені в збільшенні свого трудового внеску з метою отримати вищу заробітну плату. Тому система матеріальної мотивації повинна будуватись на принципах індивідуальності винагород – залежності розміру оплати праці від індивідуальних результатів.

Група нематеріальних методів стимулювання, у першу чергу, спрямована на задоволення мотиву збереження соціального статусу в трудовому колективі. У цій групі можна виділити адміністративні методи та соціальні. Основою адміністративних методів є відносини влади, а також дотримання регламенту підприємства. Соціальні методи включають соціально-психологічні, які спрямовані на створення сприятливого морально-психологічного клімату в колективі, формування корпоративної культури, задоволення потреб працівників у визнанні тощо; творчі, які пов'язані з професійним розвитком робітника; вільний час, тобто встановлення гнучких режимів праці, надання додаткового відпочинку [5].

На сьогоднішній день все більше підприємств приділяють увагу системі стимулювання праці персоналу та застосовують різноманітні методи матеріального і нематеріального стимулювання.

Тому туристичним підприємствам доцільно використовувати наступні матеріальні стимули: нарахування заробітної плати з доданим відсотком від

продажу турів, одноразові грошові винагороди, заохочувальні та компенсаційні виплати, надбавки та доплати, які передбачені законодавством.

Останнім часом поряд із стандартними методами стимулювання праці все частіше використовуються інноваційні або нестандартні методи.

Прикладами застосування нестандартних методів стимулювання у міжнародній практиці, можна привести такі як: одноразова винагорода готівкою за виконане завдання, нагородження подарунками, медалями, знаками, почесними званнями, система внутрішніх тренінгів, програми індивідуального розвитку, додаткова освіта за рахунок роботодавця, створення дружної, сімейної атмосфери, пільгове медобслуговування, публікація у власному друкарському органі, виділення вільного часу, можливості відвідування наукових заходів для підтримки творчої, винахідницької діяльності, членство у наукових товариствах компаній [6].

Дієва система стимулювання працівників туристичних підприємств повинна базуватися на таких принципах:

− сприйняття працівника як особистості, повага до нього, його потреб і інтересів;

− створення безпечних, комфортних умов праці;

− створення умов та надання однакових можливостей для професійного росту працівників;

− застосування об’єктивних критеріїв оцінки працівника;

− забезпечення відповідності винагороди працівника результатам його праці;

− справедливий розподіл доходів, участь працівників у прибутках;

− залучення працівників до управління підприємством;

− забезпечення моральної та соціальної захищеності трудового колективу.

Стимулювання праці на підприємстві стає ефективним у разі, коли система управління персоналом на підставі використовуваних методів здатна підтримувати запланований рівень продуктивності праці.

Отже, ефективна система стимулювання праці персоналу на підприємстві повинна включати такі складові:

1) система матеріальних стимулів (обґрунтована заробітна плата, премії, надбавки, участь у прибутках, участь у власності тощо);

2) система нематеріальних стимулів (кар’єрний ріст, соціальні програми, відзнаки, престиж серед працівників, гнучкий графік роботи, реалізація творчого потенціалу тощо);

3) інноваційні методи стимулювання (отримання освіти за рахунок підприємства, навчання та підвищення кваліфікації, стажування за кордоном, туристичні подорожі та відпочинок за рахунок підприємства).

Тому для туристичних підприємств важливим є впровадження такої системи мотивування за якої найоптимальніше будуть поєднуватися матеріальні та нематеріальні методи стимулювання, щоб досягнути максимальної віддачі працівників від роботи.

Список використаних джерел:

1. Воронкова В. Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади. – ВД: Професіонал, 2006. – 576 с.

2. Городецька Л. О. Удосконалення систем стимулювання праці персоналу підприємства [Текст] / Л. О. Городецька, Ю. О. Беженар // Проблеми підвищення інфраструктури: збірник наукових праць. – 2007. – № 15. – С. 120-129.

3. Дряхлов Н. Система мотивации персонала в Западной Европе и США / Н. Дряхлов, Е. Куприянов // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 2. – С. 83-88.

4. Калина А. В. Организация и оплата труда в условиях рынка [Текст] / А. В. Калина. – К.: МАУП, 2003. – 230 с.

5. Шовчко Г. В. Класифікація методів мотивації / Г. В. Шовчко // Управління розвитком. – 2014. – № 3. – С. 89-92

6. Ярмош В. В. Підходи до класифікації сучасних методів мотивації персоналу / В. В. Ярмош // Економічний аналіз: зб. наук. праць. – 2014. – Т. 15. – № 3. – С. 263-268. С. 267.