

- Кубок Вадима Гетьмана;
- Раллі (PRIME Yalta Rally 2008 і ін.);
- Концерти зарубіжних і вітчизняних зірок;
- Сучасне мистецтво в Україні від Pinchukartcentre;
- Міжнародні і всеукраїнські виставки та ін.[5].

Таким чином, подієвий туризм володіє високим рівнем ресурсозабезпеченості, комфортності та обслуговування, певною унікальністю, цікавістю та привабливістю, індивідуальністю обслуговування. Незважаючи на певні недоліки, такі як висока ціна турів, яка зумовлена створенням індивідуального туристичного продукту для кожного клієнта та чітку обмеженість у часі споживання послуг, подієвий туризм користується відносно стабільним попитом та найближчим часом досягне піку своєї популярності.

Список використаних джерел:

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001, 395 с.
2. Мальська М.П., Худо В.В Туристичний бізнес: теорія та практика: Підручник. - 2-ге вид. перероб. та доп. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 368 с.
3. Словник рекреаційних термінів / уклад.: С. С. Беляєва . – Київ : Академія, 2011 . – 181 с.
4. Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону: Науковий вісник Ужгородського університету. - 2011. Серія Економіка. Спецвипуск 33. - Частина 4.
5. Український туристичний портал. -[Електронний ресурс]: - Режим доступу: www.ukrtourism.com

Стимулювання продуктивності праці на туристичних підприємствах

Візерська М.С., студентка 3 курсу
напряму підготовки «Туризм»
науковий керівник:
викладач Бартош Л.П.

Підвищення продуктивності праці є важливою складовою частиною системи менеджменту будь-якого підприємства, адже це безпосередньо впливає на його фінансові результати. В сучасних умовах ринкової економіки праця людей орієнтована на отримання прибутку та власне збагачення, а не на отримання позитивного результату діяльності підприємства в цілому. Основне завдання стимулювання полягає у розробці ефективних інструментів впливу на персонал та зацікавленні його у праці задля задоволення потреб підприємства, а не тільки своїх власних. Такими інструментами є низка методів і способів підвищення продуктивності праці. Вивченням питання методики стимулювання працівників займалися такі науковці, як Ф. Тейлор, Ф. Гілбрейт та Л. Гілбрейт, Г. Емерсон, М. Фоллет, О. Шелдон, А. Файоль, Е. Мейо. Теоретичні та методологічні основи стимулювання праці були розвинуті в розробках А. Маслоу, Ф. Герцберга, Л. Портера, Е. Лоулера, Д. Мак-Грегора, Д. Мак-Клелланда, В. Врума, Дж. Локка, Б. Скінера. Саме вони заклали основи розуміння та класичні методи стимулювання праці.

Метою дослідження є класичні та сучасні методи стимулювання праці, які використовуються на туристичних підприємствах з метою підвищення зацікавленості працівників у досягненні певних результатів діяльності.

Для досягнення мети дослідження було поставлено наступні завдання:

- визначити сутність поняття «стимулювання праці», відмінність між мотивацією та стимулюванням;
- виявити та проаналізувати структуру мотивів та стимулів праці в туристичній сфері;
- дати характеристику основним видам стимулювання та ієрархізувати їх;
- визначити сучасні та нетрадиційні методи заохочення працівників до праці та виявити найефективніші з них.

Стимулювання праці у широкому розумінні охоплює всі, що використовуються в управлінні, методи мотивації, впливу, винагороди, зокрема адміністративні, економічні (матеріальні), соціально-регулятивні. Адміністративні методи стимулювання праці мають вплив на індивіда, групу через накази, завдання тощо. Це такі методи, коли необхідний суб'єкту управління трудовою поведінкою результат досягається завдяки тому, що для суб'єкта праці "збитки" від можливих санкцій за невиконання перевершують витрати на виконання завдання.

Економічне, матеріальне стимулювання праці передбачає внесення в процес мотивації вартісних важелів залучення людей до праці, тобто безпосередній економічний вплив на мотивацію, забезпечення особистої і групової зацікавленості суб'єктів праці в матеріальному заохоченні. Тут застосовуються як безпосередні (зарплата, премії, доходи від прибутку та ін.), так і опосередковані (ціни, податки, кредити) важелі регуляції трудової поведінки.

У вузькому розумінні стимулювання праці фактично збігається з соціальною регуляцією праці — соціальною мотивацією трудової поведінки, коли спонукання до діяльності здійснюється через задоволення різноманітних потреб особистості, соціальної групи чи трудового колективу[2].

Стимулювання праці передбачає створення умов, при яких активна трудова діяльність дає певні, раніше зафіксовані результати, стає необхідною і достатньою умовою задоволення значних і соціально обумовлених потреб працівника, формування у нього мотивів до праці. Система стимулювання трудової активності передбачає оптимальне співвідношення робочого і вільного часу, праці і відпочинку. Стимулювання як тактика вирішення проблем є орієнтацією на фактичну структуру ціннісних орієнтацій і інтересів працівника, на більш повну реалізацію наявного трудового потенціалу[3].

Стимулювання повинно відповідати потребам, інтересам і здібностям працівника, тоді як мотивація — це процес свідомого вибору людиною того чи іншого типу поведінки, що визначається комплексним впливом зовнішніх (стимули) і внутрішніх (мотиви) чинників. Мотивація і стимулювання як методи управління працею є протилежними за напрямками: перший направлений на зміну існуючого стану, другий — на його закріплення, проте вони доповнюють один одного[1].

Структуру стимулів і мотивів праці можна представити у вигляді схеми.

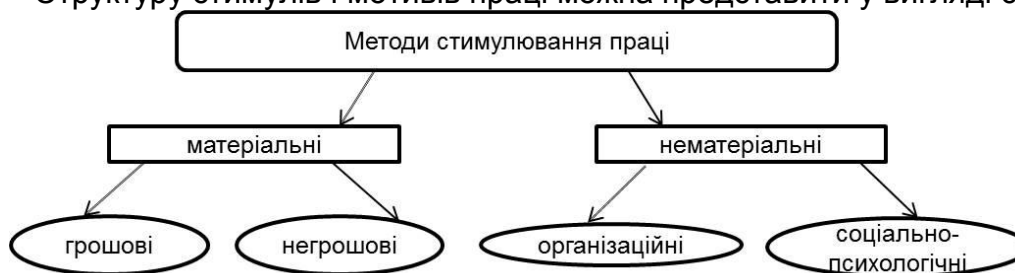


Рис. 1 «Структура методів стимулювання праці»

У ієрархії стимулів найвищий щабель займають матеріальні грошові стимули, так як відіграють провідну роль у мотивації працівників до праці. До них відноситься заробітна плата, різноманітні премії та надбавки до зарплати. Друге, проте не менш важливе значення займають нематеріальні організаційні. Їх сутність полягає у регулюванні і нормуванні праці за допомогою різноманітних нормативних та розпорядчих документів: наказів, розпоряджень, інструкцій керівництва, тощо.

Матеріальні не грошові не впливають на процес управління персоналу прямо, а скоріше застосовуються для підвищення кваліфікації персоналу та впливають на продуктивність праці за рахунок покращення професійних якостей працівників. Серед них: оплата навчання, оплата курсів бронювання, оплата різноманітних курсів з підвищення кваліфікації, навчальні поїздки, рекламні тури, тощо.

Нематеріальні соціально-психологічні стимули не мають прямого впливу на процес підвищення продуктивності праці. Вони лише створюють для цього умови. Такими стимулами можуть слугувати перспектива підвищення, отримання похвали або догани від керівництва, можливість отримати авторитет у керівництва або у колег, інсентив-туризм, позитивна і спокійна атмосфера у колективі, можливість отримання додаткового вихідного та ще безліч подібних заходів.

На сьогодні, керівники, піклуючись про колектив та свій рівень доходів, не зупиняються на класичних методах стимулювання та все частіше використовують нестандартний підхід до організації праці.

Серед нестандартних видів мотивації все частіше зустрічається метод групових психологічних тренінгів. Сутність методів полягає у тому, що спеціально запрошений психолог в ігровій формі стимулює колектив до взаємопідтримки та допомоги.

До нестандартних методів можна віднести і корпоративи, що можуть бути проведені як в офісі, так і на виїзді, різноманітні способи спільного проведення часу, такі як спортивні ігри, відвідання ресторанів та барів для спілкування у неформальній обстановці. Керівники також можуть пропонувати подарунок за виконання плану, або за його перевиконання. Керівники можуть створювати умови для виявлення і розвитку талантів та захоплення підлеглих, влаштовуючи різноманітні культурні заходи.

Якщо підприємство володіє достатніми фінансами для найму психолога, то дане вкладення швидко себе виправдає. За умови знаходження психологом індивідуального підходу до кожного працівника, можливо розробити власну дієву систему заохочень та стимулів для конкретного підприємства, яка буде оптимальним відображенням контролю за продуктивністю праці. Хоча така система потребуватиме коригування при будь-яких змінах у штаті, вона допоможе підприємству найкращий результат як фінансовий, так і моральний, адже відобразатиме індивідуальні характеристики кожної одиниці персоналу та зможе дати найефективніші методи і способи стимулювання продуктивності праці кожного індивіда.

Також ефективними способами буде використання методу публічної похвали, або методу рейтингів. Дані методи є схожими за способом впливу на аудиторію, але відрізняються за способом втілення. Суть методу публічної похвали полягає у виставленні на показ досягнень одних робітників перед іншими. Формами прояву може бути встановлення дошки пошани, публічне вручення грамоти чи винагороди, або присвоєння певного звання, наприклад, «Кращий працівник тижня, місяця, тощо». Метод часто супроводжується матеріальним заохоченням. Метод рейтингів також полягає в оприлюдненні результатів трудової діяльності, проте суттєвою відмінністю є те, що у вигляді графіків або таблиць подається не тільки найкращий

досягнутий результат, а результати діяльності усіх працівників. Таким чином, на підприємстві виділяється негласний «лідер» і «аутсайдер».

Нині нематеріальні методи заохочення використовуються рідше, ніж матеріальні. Це пов'язано з тим, що матеріальні методи є універсальними і їх сфера застосування ширша, ніж нематеріальних. Нематеріальні методи є суцільно індивідуальними. Немає на жодному підприємстві нематеріального соціально-психологічного методу, який був би однаково ефективним для двох співробітників. Це пов'язано з психологічною індивідуальністю кожного індивіда.

Приблизно однакову ефективність на всіх працівників справляє хіба що психологічний клімат в колективі. Спокійна дружня атмосфера буде сприяти не тільки продуктивності праці, а й формуватиме позитивний імідж підприємства в цілому. Якщо атмосфера в колективі напружена, існують певні розбіжності, то це беззаперечно буде провокувати виникнення локальних конфліктів. До цього може призводити як особиста неприязнь колег, так і такі звичайні явища, як перевтома і особисті проблеми працівників. Тому, важливо вчасно виявляти та нейтралізувати джерела можливих конфліктів. Важливо підтримувати взаємоповагу, взаємодопомогу і дружні стосунки в колективі. Цьому сприятиме проведення колективних заходів, де колеги матимуть змогу спілкуватися у неформальній обстановці.

Отже, система стимулювання праці на туристичних підприємствах є досить складною та розгалуженою. Вибір методів стимулювання на конкретному підприємстві залежить від його типу, обраної стратегії менеджменту, розміру підприємства, фінансових можливостей та індивідуальних побажань керівництва.

Список використаних джерел:

1. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навчальний посібник. – К., Кондор. – 2003. – 296с. -[Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://library.if.ua/books/45.html>
2. Лукашевич М.П. Соціологія праці: Підручник. — К.: Либідь, 2004. — 440 с. - [Електронний ресурс]: - Режим доступу: http://pidruchniki.com/12920522/sotsiologiya/stimulyvannya_pratsi
3. Лукашевич М.П. Сутність і функції стимулювання праці. -[Електронний ресурс]: - Режим доступу: <http://pidruchniki.com/16330826/>

Вивчення досвіду зарубіжних закладів щодо формування висококваліфікованих менеджерів туризму

Гавриленко Я.С. студентка 5 курсу спеціальності «Туризмознавство»,
Качай В.О., Ковальчук Ю.А. студентки
3 курсу напряму підготовки «Туризм»
науковий керівник:
кандидат педагогічних наук,
доцент Романенко О.В.

Недостатність розвитку туризму в регіонах, виступає відсутністю відповідних туристських кадрів, зокрема менеджерів туризму середньої ланки, направлення яких сьогодні в регіони виглядає проблематичним [1,2].

Вагомий внесок у вирішенні проблем професійної підготовки студентів та організації навчального процесу у вищому закладі освіти внесли вчені В.Андрущенко, В.Бондар, І.Бех, І.Зязюн, М.Євтух, В.Кремень, М.Шкіль та ін. Спеціальним