

29. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ

Л.І. Шило

Національний університет харчових технологій

Мотивація й стимулювання праці — вирішальні фактори в управлінні персоналом. Всесвітньо визнані авторитети в галузі менеджменту підкреслюють, що «... на першому місці стоять люди; якщо немає відповідного персоналу, то й інші фактори виробництва мало що допоможуть у досягненні поставленої цілі» (Т.Пітерс, Р.Уотермен). «Коли у нас вже є штат, сформований із підготовлених, розумних і енергійних людей, як наступний крок потрібно стимулювати їх творчі здібності» (А.Моріта) [1].

Головною особливістю праці на підприємствах сфери послуг є те, що співробітники такого підприємства знаходяться в постійному прямому контакті з клієнтом, в тривалому контакті набагато більше, ніж, наприклад, під час обслуговування покупця продавцем в магазині. Співробітник підприємства, що надає послуги сервісу повинен бути більш підготовлений психологічно до процесу обслуговування, ніж працівники інших сфер, від його фізичного і психологічного стану залежить якість послуги, що надається. Персонал має пам'ятати, що враження клієнта складається з найдрібніших його дій [2]. Саме тому дуже важливою є система мотивування персоналу.

Працівники сфери послуг постійно контактують з клієнтами, тому персонал повинен виконувати свою роботу бездоганно, а це можливо лише тоді, коли на підприємстві злагоджена система управління та мотивації. Мотив — це те, що викликає певні дії людини, мотив також знаходиться в середині людини і має персональний характер, залежить від багатьох зовнішніх і внутрішніх по відношенню до людини факторів, а також від дії інших, тих, що виникають паралель-

но з ним мотивів. Мотив не тільки спонукає людину до дії, але й визначає, що необхідно зробити і те, як буде здійснюватись ця дія [3].

До основних задач мотивації на підприємствах у сфері послуг відносяться:

- формування в кожного співробітника розуміння сутності і значення мотивації в процесі праці;
- навчання персоналу і керівного складу психологічним основам внутрішньофірмового спілкування;
- формування в кожного керівника демократичних підходів до керування персоналом з використанням сучасних методів мотивації [4].

Слід звернути увагу на те, що кожна людина має різні потреби, і не можна використовувати однакові методи мотивації для всіх працівників. Спочатку необхідно визначити коло потреб працівників: для деяких людей важливо проявляти свої лідерські якості, для інших пріоритетним є фінансова винагорода та ін.

Абрахам Маслоу висловив припущення, що людська поведінка визначається широким спектром потреб, відповідно до цього було розділено потреби на п'ять категорій і розташовано їх у певній ієрархії (рис. 1.).



Рис. 1. Піраміда потреб Маслоу

За Маслоу, людина — це «тварина, що постійно чогось хоче». Коли потреби найнижчого рівня задоволені хоча б частково, людина починає рухатися до задоволення потреб іншого і не обов'язково наступного рівня ієрархії. Тому дуже важливим є задоволення підприємством усіх первинних потреб, щоб працівник концентрував увагу на самореалізації та самовираженні [5].

До найбільш життєвих та підтверджених на практиці мотиваційних моделей, які широко використовуються компаніями сфери послуг по всьому світу відносяться моделі:

- батога і пряника (використовуються для швидшого виконання однотипних рутинних завдань, стимулює ініціативність працівників);
- первинної і вторинної потреби (підприємство повинно забезпечувати працівників всім необхідним для задоволення первинних потреб, тоді робітник буде націлений на розвиток своїх лідерських навичок, розвиток та навчання);
- внутрішньої і зовнішньої винагороди (внутрішня — це змістовність, значущість роботи, а зовнішня — заробітна плата, привілеї, пільги, тощо);
- факторна модель стимулювання (необхідно стимулювати у працівника бажання до розвитку шляхом зменшення та ліквідації «гігієнічних факторів», які цьому заважають);

➤ справедливості (усі працівники отримують справедливу винагороду, таким чином вони зацікавлені в підвищенні ефективності своєї праці; такий метод мотивації зменшує конфліктність у колективі, адже кожен слідкує за своїми результатами роботи і не порівнює їх з іншими);

Основною причиною відсутності мотивації праці є незадовільна політика кар'єрного зростання [5].

Отже, кожне підприємство повинно скласти план кар'єрної політики і просування по кар'єрним сходам, у якому необхідно вказувати перспективну послідовність посад, які може займати працівник у майбутньому. Наявність фундаментальної мотивації буде позитивно впливати на ефективність діяльності персоналу: працівники почнуть ототожнювати себе з підприємством, на якому працюють, тобто будуть об'єднувати інтереси фірми з власними та нести відповідальність за реалізацію управлінських рішень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мотивація як функція менеджменту / [Електронний ресурс] // Режим доступу до статті: http://pidruchniki.com/18651015/menedzhment/motivatsiya_funktsiya_menedzhmentu.

2. Особливості праці на підприємстві сфери послуг. Роль мотивів та стимулів в трудовому процесі / [Електронний ресурс] / Бечвая І. // Режим доступу до статті: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/servis/499-osoblivosti-pratsi-na-pidpriemstvi-sferi-poslug-rol-motiviv-ta-stimuliv-v-trudovomu-protsesi.html>.

3. Персоногенетичний підхід до розвитку психіки / [Електронний ресурс] // Режим доступу до статті: <http://www.ukrreferat.com/index.php?referat=32617>.

4. Різник В.В., Сучасні тенденції мотивації праці управлінського персоналу / Різник В.В // Економічний вісник університету, 15/1 — 2010. — №15/1. — с. 58 — 62.

5. Управління мотивацією і стимулювання праці на підприємстві / [Електронний ресурс] / Бечвая І. // Режим доступу до статті: <http://masters.donntu.edu.ua/2013/iem/bechvaya/diss/indexu.htm>.

Науковий керівник –Т.В. Луцька, канд. екон. наук.