

Чумаченко А.Є.
студент гр. МТЕ-122м
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна
наук. кер. – к.е.н., доцент Корнієнко О.М.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах повномасштабної війни, що ведеться російським агресором на суверенній території України, управлінські рішення стосовно ефективного мотиваційного механізму та інструментарію стають особливо значущими, оскільки ринок праці зазнав масштабних та глибоких перетворень.

За посилення страхів працівників за власне життя та життя близьких, керівникам стало складно стимулювати персонал до високопродуктивної праці та імплементувати в мотиваційні механізми той управлінський інструментарій, який підтвердив свою дієвість та ефективність у мирний час [1].

Система мотивації персоналу як інструмент підвищення якості праці повинна зацікавити керівників підприємств та стимулювати працівників до постійного розвитку та зростання фахово-кваліфікаційного рівня. Задоволеність роботою, у свою чергу, відіграє важливу роль у підвищенні мотивації співробітників, оскільки грамотне управління нею є «джерелом життєвої сили бізнесу і поштовхом до розвитку зростаючої, прибуткової компанії» [2]; покращує якість роботи і тим самим сприяє підвищенню її продуктивності.

В практичній діяльності мотивація праці та задоволеність роботою вважаються важливими та необхідними характеристиками кадрового потенціалу підприємства. Професійна та компетентна оцінка рівня задоволеності працівника роботою необхідна для прийняття професійної, стратегічно правильної тактики, тому важливою є своєчасна та достовірна інформація про потенційні здібності всіх учасників трудового (виробничого) процесу [3].

24 лютого 2022 року російська федерація здійснила повномасштабний

наступ на суверенну територію України. Розгортання бойових дій на Сході, Півдні та Півночі України вплинуло на усі сфери життя та ведення бізнесу українців.

В умовах воєнного стану в моделях поведінки українських підприємств проявився високий рівень етики ведення бізнесу. У таких умовах бізнес-спільнота може відчувати себе частинкою національного проєкту, що об'єднує людей навколо спільної мети. До того ж, в умовах воєнного стану змінюється сприйняття соціальної відповідальності. Навіть попри тимчасове призупинення функціонування багатьох підприємств працівникам виплачувалася заробітна плата, деяким з них призначалися додаткові виплати (за необхідності) або ж матеріальна допомога [4]. Це стало черговим підтвердженням того беззаперечного факту, що людські ресурси є найбільш цінним капіталом.

За зазначених вище умов функціонування українського ринку праці в умовах воєнного стану загострюється проблема мотивування працівників підприємств.

Слід визнати, що мотивування персоналу – це дійсно непросте завдання, що постає перед керівництвом туристичного підприємства, від якого, у тому числі, залежить чи буде працівник ефективно виконувати свою роботу та реалізовувати покладені на нього обов'язки з максимальними зисками для господарюючого суб'єкта. Часом, це вартує туристичному підприємству тимчасових високих результатів, а, часом – ставить під питання його існування взагалі. Неможливо заперечувати, що мотиваційні чинники у кожної особистості індивідуальні: кимось рухає жага до визнання, для когось ключовим фактором є фінансовий аспект, ще для когось – бажання нести користь для суспільства.

Узагальнення наявного наукового доробку [5] дозволяє виокремити такі види мотивування персоналу:

1. Матеріальне, що в свою чергу поділяється на:

- 1.2 Грошове мотивування: основна заробітна плата, надбавки та доплати, премії, компенсації, соціальні виплати, можливість кредитування, пільги;

- 1.2. Негрошове мотивування: медичний сервіс, відрядження, безкоштовні

талони на проїзд, оплата транспортних витрат, оплата за харчування, компенсація за особливі умови праці.

2. Нематеріальне: престиж та статусність професії, суспільна користь та визнання, розширення професійних компетентностей, можливість стажування, зручний графік роботи, можливість набуття нового досвіду, сприятливий морально-психологічний клімат, комфортні та естетичні умови праці, високий рівень розвитку організаційної та корпоративної культур тощо [5].

В умовах воєнного стану, як свідчить практика, змінилися не тільки способи мотивації персоналу, але й її спрямованість. Залежно від сфери діяльності, масштабів та типу бізнесу, підприємства змушені шукати гнучкі та адаптивні управлінські інструменти мотивації персоналу, щоб зберегти свої позиції на ринку, не втратити клієнтів та співробітників.

Отже, основними пріоритетами для підприємств під час війни стали безпека та стабільність. Таким чином, фокус в механізмах мотивації персоналу було перенесено на підвищення заінтересованості працівників у збереженні робочих місць та створенні умов для продовження трудової діяльності з відповідною винагородою за працю.

Література:

1. Герасименко О.О., Потапенко А.В. Домінанти мотивації персоналу в контексті трансформацій ринку праці України в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-46>

2. Магас О.В., Марценюк О.В. Мотиваційні підходи Facebook і Google до створення найщасливішого і найпродуктивнішого робочого місця. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2019. № 11 (1). С. 204-209.

3. Прохоровська С.А. Мотивація персоналу підприємств в умовах сучасних викликів. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 2 (02). С. 45-48.

4. Національний Банк України. Інфляційний звіт. Липень 2022 року. 55 с. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2022-Q3.pdf?v=4 (дата

звернення: 8.10.2023).

5. Шацька З.Я. Актуальні підходи до управління персоналом підприємства в умовах воєнного стану. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 10. С. 100-105