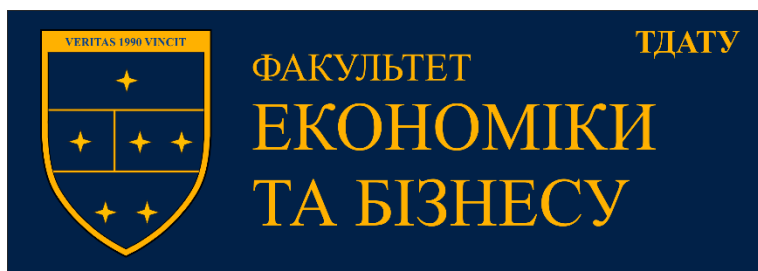


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
РАДА МОЛОДИХ УЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ**



**МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
МАГІСТРАНТІВ І СТУДЕНТІВ**

**За підсумками наукових досліджень 2020 року
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ**



Мелітополь 2020

інструментарій:

- здатність до змін, вміння створювати підприємства, які витримають конкуренцію;
- професіоналізм, готовність до прийняття нових ідей, рішень, сучасних технологій;
- уміння вчитися у провідних фахівців, адаптувати рішення інших організацій до ситуації свого підприємства;
- дух підприємництва, швидкість у діях та конкретно-дійове мислення;
- уміння досягти цілей;
- уміння уявляти майбутнє підприємства;
- усвідомлення необхідності змін як основи творчих дій;
- вміння поєднувати поточні проблеми з планами на майбутнє [2].

Менеджер також має бути:

- людиною широкого профілю, зі стійким світоглядом, правильним сприйняттям сучасних проблем розвитку суспільства, людського буття, духовної культури;
- сильною та відповідальною особистістю;
- політично свідомою та культурною;
- займати активну життєву та громадську позицію;
- поділяти соціальну відповідальність за діяльність організації [3].

Дослідження розвитку сучасного менеджера не стоять на місці – з кожним роком механізмів та методик стає все більше. Найбільшого ж успіху досягають ті, які можуть впроваджуватись у реальному житті.

Отже, враховуючи вище зазначене можна зробити висновок, що складовими успішної кар'єри менеджера є праця, старанність, наполегливість, захоплення справою, постійний пошук і самовдосконалення, комунікабельність, тощо. Також потрібно звернути увагу на те, що світ навколо нас змінюється з неймовірною швидкістю і разом з цими змінами змінюються вимоги до менеджера.

Список використаних джерел:

1. Кулініч І.О. Психологія управління: підручник для вищої школи / І.О. Кулініч – Київ: Знання, 2011. – 415 с.;
2. Бордюк В. Особливості вивчення студентами соціально-психологічних дисциплін – за напрямом підготовки 6.030601 «Менеджмент» / В. Бордюк // Нова педагогічна думка: науковий журнал. – 2011. – №2;
3. Антоненко А. В. Про деякі питання професійної підготовки менеджерів у ВНЗ / А.В. Антоненко // Вісник Черкаського університету: Педагогічні науки. – 2008. – Вип. 139. – С.10-16.

Науковий керівник: *Синяєва Л.В., д.е.н., професор кафедри «Менеджмент», Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Синя К.О., 416402@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

У сучасному менеджменті все більшого значення набувають аспекти мотивації.

Мотивація персоналу до плідної роботи підтримує імідж підприємства, усталює ринкові засади функціонування. «Ринкові засади виробництва та просування товарів диктують інше відношення до покупців, необхідність оновлення політики розподілу. Співвідношення ринкових позицій «ринку покупця», яке притаманне в наш час багатьом видам товарів, зовсім по-іншому впливає на виробників і товарів і послуг [1, 5].

Відомий американський фахівець у галузі менеджменту Річард Л. Дафт мотивацію розглядає як сили, що існують усередині людини або поза нею, і які збуджують у ній ентузіазм і завзятість за виконання певних дій [2]. Особливо важливою мотивація персоналу

є для туристичної компанії, оскільки в туристичному бізнесі успіх всієї галузі базується на віддачі вкладених творчих зусиль співробітниками кожного туристичного підприємства окремо. Для мотивації співробітників сьогодні використовують як матеріальні, так і нематеріальні методи винагороди.

Основними матеріальними стимулами у роботі працівників туристичних підприємств є нарахування заробітної плати з доданим відсотком від продажу турів, одноразові грошові винагороди, заохочувальні та компенсаційні виплати, надбавки та доплати, які не передбачені законодавством. Проте, часто матеріальне стимулювання, яке не підкріплене моральним фактором, не приносить максимального ефекту [3].

Нематеріальними стимулами є надання звання кращого працівника періоду, оголошення подяки, поміщення фотографій працівника на дошку пошани, сприятливі умови праці, медичне обслуговування, можливості самовдосконалення, дешеві туристичні путівки для відпочинку, призи, подарунки, залучення працівників до участі в управлінні, можливості професійного зростання і просування по службі. Відмінною особливістю мотивування праці в туристичних підприємствах є використання інфотурів, які забезпечують кращу обізнаність працівників у турах, місцях поселення, екскурсійних етапах, особливостях тієї чи іншої країни. Для удосконалення системи мотивування у туристичних підприємствах доцільно вводити знижки для членів сім'ї працівника, який реалізував найбільше туристичних продуктів протягом певного періоду. Таким чином, члени сім'ї стають новими клієнтами туристичного підприємства, а працівник отримує як матеріальне, так і моральне стимулювання своєї діяльності [4].

Отже, такі нововведення покращать діяльність туристичних підприємств, адже збільшиться кількість турів завдяки більшій вмотивованості працівників. Для керівників у сфері туризму важливо пам'ятати, що матеріальне стимулювання, яке не підкріплене моральним фактором, не приносить максимального ефекту.

Список використаних джерел:

1. Нехай В.В. Збутова діяльність підприємств сільськогосподарського машинобудування на засадах консолідованого маркетингу: теорія, методологія, практика: Дис док. екон. наук: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Суми: СУМДУ, 2019. 543 с.

2. Дафт, Ричард Л. Менеджмент: [перевод с английского] / Л. Дафт. – Санкт–Петербург: Питер Пресс, 2017. 863 с.

3. Афонченкова Т.М. Менеджмент і маркетинг туризму: Навч. посібн. / Т.М. Афонченкова, О.В. Булюк, Б.П. Масенко, О.В. Панченко, Н.В. Федотова. К.: Видавництво Ліра – К, 2012. 364 с.

4. Савіцька О.П. Особливості мотивування персоналу туристичних організацій [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ir.nmu.org.ua/jspui/bitstream/123456789/147153/1/38-40.pdf>.

5. Нехай В. В. Инновации создания маркетинговых организаций. *Theory and practice: problems and prospects book of abstracts* 21st–22nd of May, 2020. Marijampole and Kaunas, Lithuania, С. 64-65.

Науковий керівник: Нехай В.В., д.е.н., доцент кафедри менеджменту, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного