

Сподіваємося, що з нормалізацією політичної та воєнної ситуації в Україні кількість подорожуючих зміниться на краще. Адже є приклади країн (Ізраїль, Чорногорія, Румунія, Грузія та ін.), де відродження цієї галузі розпочалось під час військових дій чи після них.

Таким чином, глобалізаційні процеси, які характеризуються інтенсифікацією потоків послуг, капіталу, інформації і технологій, стимулюють також посилення туристичних потоків. Глобалізація має довготривалий характер, а її рушійною силою є, перш за все, революція у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, лібералізація ринків і загострення міжнародної конкуренції. Туризм, як об'єктивне глобальне явище, і в нашій країні повинен стати одним із ключових пріоритетів економічного розвитку, особливо з урахуванням поточної кризи.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Звіт Всесвітньої Туристичної Організації – 2014 (Tourism Highlights – 2014). – 16 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://infotour.in.ua/WTO\\_highlights\\_2014.pdf](http://infotour.in.ua/WTO_highlights_2014.pdf)
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

УДК: 331.101.3

ХОЦЕВИЧ М.

Наук. керівник: Ігнатенко О.В., к.психол.н.  
м. Київ

### ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ РОБІТНИКІВ

Обов'язковим фактором ефективної і продуктивної роботи людини є її мотивація. Це внутрішня потреба, до самореалізації та досягненні якихось висот під впливом інтересів індивіда. Один з видів реалізації може стати трудова діяльність людини. Мотивація – це бажання людини виконувати певну роботу, зумовлене тим, що це задовольняє ту чи іншу її потребу [1, с. 15].

Актуальність даної проблеми є дуже важливим, адже її вирішення допоможе підтримувати і збільшувати мотивацію працівників, що призведе до збільшення ефективності роботи і до успіху даної компанії. Адже якщо у нас і є справжні професіонали свого діла, це не означає що їм не потрібна мотивація, персонал завжди потрібно мотивувати в якій би сфері вони не працювали. На даний час це є однією з центральних проблем, адже поведінка та ефективність працівника на пряму залежить від його рівня мотивації. І це є одним з головних завдань керівництва, стежити за досягненням цілей організації, що повинно підкріплюватися мотиваційними діями та цілями.

У сучасних умовах проблемою мотивації є неадекватність мотивації на підприємствах, недостатнє фінансування заходів, спрямованих на удосконалення мотивації персоналу, а також те, що на підприємствах

не приділяють належної уваги мотивації. Проблеми дієвого і результативного мотивування також завжди виникали у процесі зародження та формування менеджменту як науки. Спочатку йшлося більше про матеріальні та організаційні аспекти спонукання. На сучасному етапі все більше акцентується на соціально-психологічних аспектах мотивації, що створюють умови для досягнення високих результатів виробничо-господарської діяльності з мінімальними затратами [3].

Проблема створення стратегії мотивації працівників в тому, що у кожної людини свої потреби і це необхідно ставити на один з найперших планів. Потрібно визначити потреби і мотиви працівників. Це можна зробити за допомогою різних методів дослідження (метод опитування, спостереження, дискусії, інтерв'ю).

Одне з найголовніших пунктів що до правильного мотивування працівника є наявність індивідуального підходу, що буде стосуватися усіх працівників групи, а не тільки якихось певних її членів. Тобто до індивідуального підходу, потрібно ще приєднати колективну мотивацію. Тобто потрібно правильно мотивувати працюючі групи, які будуть заточенні на результат і працювати як єдиний організм. Адже є те що їх об'єднує – робота, яку вони виконують в компанії, спільні цілі. Тому потрібно подивитись на загальний клімат в компанії, на їх потреби і зробити так, що би клімат в групі, компанії був, хороший і працюючі групи були згуртованими і самі відносини колег були хорошими. Успішне виявлення та задоволення цих потреб для працівників є основою для успішної праці та пізніше ефективної мотивації.

Можна виділити такі форми мотивування:

– загальна матеріальна;

Очевидним є зв'язок між структурою доходів працюючих та спонуканням їх до праці. Аналізуючи цей зв'язок, маємо звернути увагу на наступне. Серед багатьох форм існування необхідного продукту провідне місце посідає заробітна плата, через яку пов'язується розмір необхідного продукту, що надходить у розпорядження працівника, з його працею. Практика господарювання країн з різним економічним устроєм переконливо свідчить, що чим більше необхідного продукту розподіляється поза механізмом виплати заробітної плати, тобто чим менший обсяг необхідних для життя потреб задовольняється за рахунок трудового внеску, тим (за інших однакових умов) нижча роль заробітної плати як чинника-стимулятора. Зазначимо, що країни з розвинутою ринковою економікою постійно відслідковують частку заробітної плати у сукупних доходах населення і проводять політику, спрямовану на підтримання її на достатньо високому рівні [2, с. 134-135].

Методів мотивації по В.П. Сладкевич можна класифікувати по об'єктах мотивації, потреба, спрямованості в роботі:

- об'єкти мотивації вони спрямованні на конкретний колектив;
- від стимулів виділяють економічні методи (заробітна плата, премії, матеріальна допомога,

позики, участь у прибутку, грошові винагороди) та неекономічні методи (похвала, схвалення, підтримка, осуд, визнання заслуг, повагу і довіру).

- за потребами (Маслоу) потрібно спочатку задовольнити фізіологічні потреби підлеглих;
- в залежності від спрямованості дій працівників (згідно теорії підкріплення) розглядаються: методи позитивного підкріплення (заохочуються дії, що мають позитивну спрямованість); негативного підкріплення (заохочується відсутність дій з негативною спрямованістю); гасіння дій (відсутність підкріплення негативних і позитивних дій); покарання (припинення негативних дій) [5].

Розглядаючи мотивацію і стимулювання персоналу, О. В. Крушельницька виділяє три групи методів: адміністративні (метод батога), економічні (метод пряника) і соціально-психологічні. До останніх вона відносить особистий приклад, соціальний захист, встановлення моральних санкцій і заохочень [4].

- нематеріальне стимулювання;
- змішане стимулювання;

Матеріальна мотивація.

Прагнення людини до достатку, якогось певного рівня життя. Матеріальна мотивація трудової діяльності є заробітна плата. Матеріальну мотивацію трудової діяльності працівників потрібно розглядати з боку:

- рівня заробітної плати та її динаміки в компанії;
- провести зв'язок залежності між рівнем заробітної плати від кількості виконаної роботи, її якості та результат в цілому;
- від доходу працівника;
- та інших матеріальних доходів.

Нематеріальна мотивація. Підвищення трудової активності зв'язано з гуманізацією праці. Це означає:

- покращити умови місця праці, краще пристосувати для працівників;
- створення сприятливих умов праці;
- задіяти працівників у вирішенні питань що до якихось працюючих моментів.

Таким чином, виходить що у кожної людини є свій рівень мотивації, що зумовлена тим чи іншим фактором, на даний час на зниження ефективності роботи в компаніях є: незадоволеність роботою, маленька заробітна плата, працівник не бачить можливості розвитку та інші.

На даний момент потрібно враховувати всі фактори, щоб робота підприємства була успішною. Одним з факторів, які мають проблеми є мотивація працівників компанії. При формуванні оптимальної системи мотивації керівникам необхідно необхідно дізнатися, основні базові потреби своїх підлеглих. Мотивація персоналу складається з різних складових але головна її ціль це спонукання до ефективної роботи. Ефективність трудової діяльності залежить від мотивації її працівників. Важливу роль у процесі моти-

вації належить потребам людини: матеріальних, трудових і статусних. Тому і мотивацію правомірно розподіляти на матеріальну, трудову і статусну. В компаніях, зараз моніторять мотивацію, інтереси, сам процес і вже на основі цього розробляють систему. І вже використовують її у робочому процесі.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Армстронг П. Практика управління людськими ресурсами / П. Армстронг.-М.: Питер, 2012.- 848 с.
2. Зеленько Г. І. Мотивація як чинник підвищення ефективності праці персоналу підприємства / Г.І. Зеленько, Л.Ю. Ганжурова // Економічні науки. – 2013. – № 7. – С. 46–49.
3. Шапиро С. А. Мотивація / С. А. Шапиро. – М.: Гросс Медиа, 2010. – С. 224.

#### УДК 339.138

ШЕВЧУК А.

*Наук. керівник: Кулагіна О.Ю.*

м. Житомир

### БАГАТОРІВНЕВИЙ МАРКЕТИНГ: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Кризове становище національної економіки України відображається на всіх сферах господарювання, що викликає необхідність ґрунтовного аналізу кожної з них та пошуку ефективних методів забезпечення подальшого розвитку. За часи незалежності в Україні стрімко розвивалися ринкові відносини, часто стихійно, без належного контролю, що призводить до занепаду та застійних явищ в досить перспективних сферах господарювання, або ж недоотримання державою, галузями, окремими підприємствами тих благ які б могли стати підґрунтям для подальшого успішного розвитку країни.

Говорячи про такий вид господарської діяльності як роздрібна торгівля, хотілося б звернути увагу на багаторівневий маркетинг (MLM), який є однією з форм організації підприємницької діяльності, заснованих на застосуванні методу прямих продажів. Часто багаторівневий маркетинг прирівнюють до так званих "пірамід", але науковцями було доведено що це твердження є хибним. На відміну від незаконних пірамідних структур, у MLM джерелом доходу є викуплена і реалізована дистрибуторською організацією продукція, а не внески учасників. Тобто MLM – це легальна система, в якій, крім руху фінансів, обов'язково присутнє просування продукції (товарів чи послуг) на ринок. Друга відмінність MLM від "піраміди" полягає в тому, що в багаторівневому маркетингу відбувається добір, навчання і надання допомоги у веденні бізнесу одними учасниками системи іншим [2].

Ще одною основою для розмежування сутності пірамідальних структур та MLM-компаній стало ство-