

ПСИХОЛОГІЯ ІНСЕНТИВ-ТУРИЗМУ: ЧОМУ ПОДОРОЖІ МОТИВУЮТЬ ПРАЦІВНИКІВ

Омельченко Г.Ю., канд. екон. наук, доц.
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

У сучасному бізнес-середовищі компанії постійно шукають ефективні способи підвищення продуктивності та мотивації своїх співробітників. Одним із таких інструментів став інсентив-туризм – форма туризму, що використовується для заохочення працівників за досягнення певних бізнес-результатів. Але чому саме подорожі здатні так сильно мотивувати?

Психологічні дослідження показують, що визнання заслуг та досягнень є одним із найпотужніших мотиваторів для працівників. Інсентив-тури є явним знаком визнання, що демонструє, що компанія цінує зусилля своїх співробітників. Поїздка в нове місце, відпочинок і можливість насолодитися новими враженнями стають винагородою за важку працю. Це формує позитивне ставлення до компанії і підвищує лояльність.

Подорожі часто асоціюються з позитивними емоціями, такими як радість, здивування, задоволення. Емоційна складова є важливою частиною мотивації. Коли співробітники отримують можливість пережити нові емоції під час подорожі, це створює у них відчуття щастя та вдячності. Такі позитивні емоції можуть трансформуватися на робоче місце, покращуючи атмосферу в колективі та сприяючи більшій продуктивності.

Інсентив-тури надають можливість співробітникам працювати в неформальній обстановці, що сприяє зміцненню командного духу. Спільні переживання, активності та спілкування за межами офісу допомагають встановити тісніші зв'язки між колегами. Це підвищує довіру і покращує взаємодію в команді, що, у свою чергу, веде до кращих результатів у роботі.

Подорожі можуть допомогти працівникам вийти із зони комфорту та розвинути нові навички, нові враження, активності та навіть невизначеність під час подорожі можуть стимулювати креативність і адаптивність, а це позитивно впливає на професійний розвиток співробітників, дозволяючи їм отримати нові ідеї та підходи до виконання своїх обов'язків.

Подорожі є значущими інвестиціями з боку компанії, що може створювати в працівників відчуття важливості. Коли співробітники бачать, що їхня компанія готова витратити ресурси на їхній розвиток та

відпочинок, це спонукає їх ще більше зосередитися на досягненні результатів. Емоційна інвестиція компанії в своїх працівників формує відповідальність за виконання завдань.

В умовах сучасного світу важливо знаходити баланс між роботою та особистим життям. Інсенсив-туризм надає можливість працівникам відірватися від повсякденних обов'язків, відновити сили та зарядитися енергією. Це не лише підвищує їхню продуктивність, але й покращує загальне самопочуття, що веде до зменшення стресу та вигорання.

Розглянемо кілька прикладів успішних кейсів інсенсив-туризму, які продемонстрували позитивний вплив на мотивацію та продуктивність працівників. Google відомий своїм інноваційним підходом до мотивації працівників. Компанія проводить регулярні інсенсив-тури для своїх співробітників, що дозволяє їм відвідати різні куточки світу. Наприклад, один із таких турів включав відвідування Таїланду, де працівники могли не тільки відпочити на пляжах, а й взяти участь у волонтерських проєктах. Цей підхід допомагає зміцнити командний дух та сприяє розвитку нових ідей у колективі.

Компанія Amway організовує інсенсив-тури для своїх консультантів, які досягли високих результатів. Одним із вражаючих прикладів є поїздка до Південної Африки, де працівники мали можливість відвідати національні парки, познайомитися з культурою та традиціями регіону. Такий підхід не тільки зміцнив мотивацію консультантів, але й сприяв покращенню їхнього ставлення до компанії.

Відома компанія Microsoft регулярно проводить інсенсив-тури для своїх працівників у рамках програми винагород. Наприклад, компанія організувала подорож до Іспанії для команди, яка досягла рекордних продажів. Під час подорожі працівники не лише відпочили, а й мали можливість відвідати воркшопи, що сприяли розвитку їхніх професійних навичок. Цей випадок підкреслив важливість поєднання відпочинку та навчання.

Щорічно компанія Maru Kau проводить інсенсив-тури для своїх консультантів, які досягають високих результатів у продажах. Одним із найбільш пам'ятних кейсів стала поїздка до Японії, де учасники могли відвідати культурні пам'ятки, а також брати участь у професійних семінарах. Ці подорожі не тільки заохочують консультантів, але й допомагають зміцнити їхню прихильність до бренду.

Dell організував інсенсив-тур для своєї команди продажів у Карибському регіоні. Під час поїздки працівники мали можливість насолодитися відпочинком на пляжах, а також взяти участь у бізнес-сесіях, що дозволило їм обмінюватися досвідом та ідеями. Цей випадок показав, як можна поєднати відпочинок і професійний розвиток для

підвищення мотивації працівників.

«Нова Пошта» – один із найбільших логістичних операторів в Україні, регулярно організовує інсентив-тури для своїх працівників. Наприклад, компанія провела поїздку для найкращих співробітників до Львова, де учасники мали можливість не тільки відпочити, а й взяти участь у культурних заходах та екскурсіях. Такий підхід допоміг підвищити задоволеність працівників і зміцнити командний дух.

Компанія «Київстар» організовує інсентив-тури для своїх найкращих працівників і одним із пам'ятних кейсів стала подорож до Карпат, де співробітники мали можливість насолодитися природою, відвідати екскурсії та взяти участь у тренінгах з розвитку навичок. Це не лише стало винагородою за їхні досягнення, але й допомогло зміцнити команду.

Ці кейси демонструють, як інсентив-туризм може стати ефективним інструментом для підвищення мотивації, покращення командної роботи та загального задоволення працівників. Компанії, які інвестують у такі програми, отримують вигоду не лише у вигляді лояльності працівників, а й у покращенні фінансових показників та досягненні бізнес-цілей.

Психологія інсентив-туризму демонструє, що подорожі можуть бути потужним інструментом для мотивації працівників. Визнання, емоційні переживання, зміцнення командного духу, вихід із зони комфорту та баланс між роботою і відпочинком – усі ці фактори сприяють підвищенню продуктивності та лояльності співробітників. Компанії, які усвідомлюють цю психологічну складову, можуть використовувати інсентив-туризм як ефективний засіб для залучення та утримання талановитих працівників, що в свою чергу призведе до успіху в бізнесі.

Список використаних джерел

1. Зима, О. Г., & Кузьминчук, Н. В. (2012). Інсентив-туризм як приклад успішного менеджменту організацій. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*, 1(2), 275-282.
2. Худавердієва, В. А. (2023). Активні методи соціально-психологічної адаптації та професійної підготовки менеджерів у туристичній сфері. *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Психологічні науки*, 56-63.