

Державна політика Чехії передбачає проведення туристичних ярмарок і виставок, семінарів, презентацій, рекламних кампаній налагодження маркетингових партнерських відносин з регіонами. Усі ці інструменти використовуються для просування національного та регіональних туристичних продуктів.

Список використаних джерел:

1. Національне туристичне управління Чеської Республіки. URL: <http://www.czechtourism.cz/informace-oczechtourism/statut/>
2. Туристична політика зарубіжних країн. Харків: підручник. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2015. 220 с.

Марченко К. Ю.

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

*Науковий керівник – к.е.н., доцент, зав. кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

Давиденко І. В.

РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Кризовий стан економіки може суттєво зашкодити будь-якому підприємству, включаючи готельний бізнес. Окрім фінансових проблем та втрати позицій на ринку, криза може призвести до втрати кваліфікованих працівників, що є незамінними для успішної діяльності підприємства в майбутньому. У такій ситуації основним принципом менеджменту готельного бізнесу є орієнтація на працівника, а основним завданням - збереження ключових співробітників, без яких подолання кризи буде неможливим. Тому дуже важливо розвивати ефективну мотивацію персоналу, особливо в умовах економічного спаду.

Згідно з дослідженнями, мотивація персоналу складається з кількох елементів, зокрема зі спонукання до продуктивної роботи, стабільної зайнятості, розвитку конкурентоспроможності та володіння засобами

виробництва. Ефективність трудової діяльності залежить від рівня мотивації персоналу. Останнім часом матеріальне стимулювання праці стало основним способом мотивації персоналу в галузі готельного бізнесу, оскільки керівникам легше використовувати премії та грошові бонуси, ніж розробляти нові нематеріальні способи мотивації. Однак умови складності бюджетів підприємств змушують керівників шукати нові шляхи мотивування персоналу, зосереджуючись на особистих лідерських якостях, таких як швидкість управління, інноваційність та здатність мотивувати персонал до продуктивної роботи без матеріальної компенсації.

На підприємствах готельного господарства менеджмент використовує різноманітні підходи для мотивації персоналу, такі як матеріальні стимули, підвищення якості робочої сили, оптимізація організації праці, залучення персоналу до процесу управління та нематеріальні стимули. Незважаючи на ці зусилля, основним мотиватором персоналу залишається матеріальна зацікавленість. В економічній науці та практиці підприємств, проблема підвищення матеріальної мотивації трудової діяльності залишається однією з основних. Зокрема, в умовах економічної кризи ця проблема стає набагато актуальнішою. Це пов'язано з двома причинами: низьким рівнем доходів, який характеризується деформацією структури та значною розбіжністю між рівнем доходів різних категорій працівників; необхідністю знаходження нових форм і методів матеріального стимулювання для зайнятих в економіці. Отже, на підприємствах готельного господарства важливо знайти ефективні методи підвищення матеріальної мотивації персоналу, щоб забезпечити їх задоволення та зберегти високу продуктивність праці [3].

В рамках комплексу антикризових заходів, які спрямовані на підвищення морального клімату в колективі та удосконалення системи матеріальної мотивації працівників, особлива увага приділяється відкритому інформуванню співробітників про стан справ на підприємстві та заходи, які будуть здійснюватися. У період кризових ситуацій особливо важливо, щоб працівники мали впевненість в тому, що керівництво має план дій та дієві заходи для

подолання труднощів. Для досягнення цієї мети проводиться роз'яснювальна робота зі співробітниками щодо прийнятих рішень та подальших перспектив розвитку підприємства. Важливо, щоб таку інформацію передавав сам керівник підприємства. Форми подання інформації можуть бути різними. Для підприємств готельного господарства доцільним буде проводити особисті збори трудового колективу з керівником або індивідуальні зустрічі з ним. Важливо, щоб керівник міг чітко пояснити причини прийнятих рішень та озвучити плани на майбутнє, що збільшить довіру працівників до керівництва.

Окрім цього, важливим заходом є удосконалення системи матеріальної мотивації працівників. Наприклад, можна забезпечити додаткові бонуси для працівників, які досягають кращих результатів або забезпечують підприємство стабільним доходом. Також можна здійснити перегляд зарплатних ставок та надати додаткові можливості для професійного зростку та розвитку працівників.

Удосконалення системи матеріальної мотивації може включати також впровадження програм соціальних пільг та страхування для працівників. Це може збільшити їхню відчутну безпеку та стабільність і допомогти зменшити ризики, пов'язані зі станом кризової ситуації. Також важливим аспектом в удосконаленні системи матеріальної мотивації є забезпечення прозорості та чесності в розподілі матеріальних стимулів. Працівники повинні мати можливість отримати доступну та зрозумілу інформацію про критерії та умови отримання бонусів та інших матеріальних пільг. Це допоможе зберегти довіру та мотивацію працівників.

В цілому, комбінація відкритого інформування та удосконалення системи матеріальної мотивації може допомогти підприємству протистояти кризовим ситуаціям та зберегти довіру та підтримку працівників.

Список використаних джерел:

1. Бігдан М. Г., Карлик Ю.Ю. Пряма залежність якості туристичних послуг від ефективного управління персоналом. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. № 2 (8). С. 43-49.

2. Семенов В. Ф., Нечева Н. В. Дослідження процесів управління персоналом підприємств курортно-рекреаційної сфери: термінологічні уточнення. Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2015. № 3. № 58. С. 214-220.
3. Семенов В.Ф., Нечева Н.В. Макроекономічний контекст ефективного управління персоналом підприємств курортно-рекреаційної сфери: монографія. 2019. 258 с.

Маслова Н. А.
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна
*Науковий керівник – ст. викладач кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*
Єгунова І. М.

ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Готельне підприємство є складним організмом, що включає в себе багато елементів, які взаємодіють між собою. Ефективність діяльності підприємств готельного господарства залежить від економічних, соціальних, культурних умов ведення бізнесу та спрямованості менеджменту на пошук власних джерел розвитку [1, 121].

Аналізуючи безліч чинників, які впливають на економічну ефективність підприємства, можна виділити внутрішні та зовнішні чинники. Внутрішні чинники включають такі, що впливають на організацію та менеджмент підприємства, а також пов'язані з технологічними, управлінськими та кадровими особливостями. Зовнішні - це чинники, які впливають на суспільство та навколишнє середовище підприємства.

Залежно від місця виникнення всі чинники можна класифікувати на внутрішні й зовнішні, де внутрішні чинники (внутрішнє середовище) залежать від діяльності самого підприємства, тобто саме підприємство їх породжує. Отже, слід відзначити, що чинники підвищення ефективності діяльності