

На основі визначеного характеру ринкового середовища, специфіки конкуренції, особливостей та тенденцій розвитку ринку готельних послуг, можливим є розробка організаційно-економічного механізму підвищення рівня конкурентоспроможності готельних підприємств, який повинен враховувати чинники якості послуг, їх асортименту та цінової політики.

Отже, для того, щоб організувати здорову конкуренцію та бути конкурентоспроможним на світо мову рівні, необхідно підвищити якість послуг та рівень обслуговування, спрямувати розвиток сервісу на користь споживача. Вагомим чинником підвищення рівня якості є дослідження кадрового забезпечення, його підготовки та удосконалення за міжнародними стандартами.

Література:

1. *Стороженко Р.С. Обеспечения конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса: автореф. дис. канд. екон. наук / Р.С. Стороженко. – СПб., 2011. – 19 с.*
2. *Майсак О. С. SWOT-аналіз: об'єкт, фактори, стратегії / О.С. Майсак. – Прикарпатський журнал. – 2013. – 151с.*
3. *Подлепіна П.О. Підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності / П.О. Подлепіна. – Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: матеріали 4 міжнародної науково-практичної конференції. – ХНУ імені В.Н. Каразіна. – 2012. – 128 с.*

Пілат Роман, Федорова Анастасія
ст. гр. МОА-41,
Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник:
к.е.н., доцент кафедри
менеджменту та публічного управління Сковчиляс С.М.)

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ МОТИВАЦІЇ ЯК ЗАСОБУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Передумовою успішного функціонування підприємства є побудова та впровадження системи мотивації, яка при її правильному застосуванні, допомагає за мінімальних витрат отримувати максимальний результат. Не

існує єдиного систематизованого підходу до стимулювання працівників, який приносить би позитивний ефект усім підприємствам. Тому вивчення мотиваційних механізмів є досить актуальним питанням для кожного керівника.

Мотивація є процесом спонукання працівників до високоефективної роботи з боку адміністрації, що пов'язаний із задоволенням потреб людей у матеріальних чи соціальних благах.

Можна зазначити, що на сьогоднішній день, ефективність діяльності підприємства залежить від активізації людського ресурсу, оскільки саме рівень мотивації буде визначати задоволеність працівника та впливатиме на ефективність його роботи. Ключовими категоріями, які формують схему мотиваційної структури в процесі трудової діяльності є потреби, мотиви і винагородження. Разом вони утворюють цілісну систему цілеспрямованої поведінки та визначають, які здібності працівники будуть розвивати та використовувати [1].

Визначення потреб працівників підприємства є досить важливим завданням та першою ланкою у формуванні мотиваційної системи та її механізму. Тому варто здійснити аналіз структури персоналу за віковою категорією, рівнем освіти, демографічними особливостями, щоб визначити потреби підлеглих, їх мотиви та ефективний метод винагородження. Керівнику варто зауважити, що у різних категорій працівників будуть різні потреби, тому доцільно виокремити чотири групи мотивів. До складу першої можна віднести студентів та молодих спеціалістів, які закінчили ВУЗ, для яких важливими будуть можливість кар'єрного росту, підвищення особистого та професійного рівня та можливість проявити ініціативу і отримати визнання. У другу групу – молодих спеціалістів з досвідом роботи до трьох років, пріоритетним для яких будуть виконання серйозних завдань, прийняття рішень і визнання результатів їх роботи. У третю – висококваліфікованих спеціалістів, що відзначають для себе можливість горизонтального росту, наявність у

компанії пенсійної програми та спеціальних програм, спрямованих на отримання відповідних пільг. До четвертої групи входять молоді матері, чийми мотивами будуть наявність гнучкого графіка роботи, медичної страховки та дитячих садків від компанії [2].

Працівник, як і кожна людина, відчуває певну насолоду, отримуючи нагороду та прагне отримувати її і надалі. Тому, сутність роботи керівника організації буде полягати в тому, щоб створити такі умови в колективі за яких працівники могли б задовольнити свої потреби, забезпечивши досягнення цілей підприємства.

Якщо інтереси працівника взаємопов'язані із цілями підприємства, його робота виконана продуктивно, то керівник мотивуватиме за допомогою одного з методів нематеріального (внутрішнього) або ж матеріального (зовнішнього) винагородження.

В складі нематеріального методу мотивування виокремлюються такі групи засобів стимулювання:

- не потребують інвестицій з боку підприємства, наприклад, привітання з днем народження, відзначення найкращого співробітника на дошці пошани;
- потребують інвестицій та розподіляються “безадресно” – організація харчування за рахунок підприємства, забезпечення співробітників проїзними квитками та ін.;
- потребують інвестицій та розподіляються “адресно” наприклад, безвідсоткові позики на покращення умов проживання, придбання товарів тривалого користування, оплата відпусток [3].

В системі матеріального стимулювання - грошова форма (заробітна плата, відрахування від прибутку, доплати, компенсації, пільгові кредити) та негрошова (медичне обслуговування, страхування, транспортні витрати, путівки, удосконалення та умов праці).

Отже, мотиваційний механізм, розроблений на конкретному підприємстві, повинен бути інтегрований із загальною системою

управління, оскільки він є важливим елементом ефективної діяльності підприємства, використання якого, створює сприятливу атмосферу для працівників. Тому створення дієвої мотиваційної системи є невід'ємною умовою продуктивної та успішної підприємницької діяльності.

Література:

1. Мурак О., Литвинець Л. Мотиваційний механізм управління персоналом підприємства /О. Мурак,Л. Литвинець // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/18711/1/319.pdf>.
2. Збрицька Т. П. Мотивація як механізм підвищення ефективності діяльності персоналу / Т. П. Збрицька // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2014. – № 2. – С. 942 – 947.
3. Севастьянов Р.В. Мотивація праці персоналу на промисловому підприємстві / Р.В. Севастьянов, І. А. Вельчева // Вісник «Економіка». – 2013. – С. 98 – 104.

Пліс Денис
ст. гр. ЕЕПм-11,
Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств і
корпорацій Білан О.С.)

НОВІТНЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА КРИЗА, ЇЇ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ НАСЛІДКІВ

Україна з часів отримання нею незалежності пережила багато переломних моментів у своїй історії. Вже у ХХІ столітті державу спіткала друга фінансово-економічна криза, яка як ракова пухлина підірвала економіку України, яка ледве пережила світову економічну кризу 2008-2009 рр. Мова йде про занепад економіки України у 2013 – 2015 рр. Оскільки, як було прогнозовано, за рік її подолати не вдалося, то можна сміливо сказати, що і станом на 2016 рік українці переживають економічну «кому». Саме тому дуже важливо з'ясувати причини таких негативних явищ, а також виділити основні напрями «лікування» української економіки.