

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



**Матеріали
Міжнародної науково-практичної
конференції
“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ
ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”**

10 жовтня 2023 р.

Київ
2023

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова оргкомітету:

Гончаренко Михайло Федорович – ректор Міжрегіональної Академії управління персоналом, д-р екон. наук, проф.

Заступники голови:

Семенець-Орлова Інна Андріївна – директор Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р наук з держ. упр., проф.;

Каліна Ірина Іванівна – заступник директора Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р екон. наук, проф.

Члени оргкомітету:

Дачій Олександр Іванович – завідувач кафедри маркетингу ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Братусь Анна Анатоліївна – завідувач кафедри економіки та управління бізнесом ННІУЕБ, д-р екон. наук, доц.;

Дмитренко Геннадій Анатолійович – завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Коваль Микола Іванович – завідувач кафедри обліку і оподаткування ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;

Кришталь Галина Олександрівна – завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Кривоберець Марина Миколаївна – завідувач кафедри організації туристичної діяльності ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;

Мазур Юлія Володимирівна – декан ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 10 від 29.11.23)*

Міжнародна науково-практична конференція “Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу”: зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2023 р.) / ред. кол.: І. А.Семенець-Орлова (гол. ред.), І. І.Каліна (заст. гол. ред.), Ю. В. Мазур (упоряд. і відп. ред.) та ін. Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2023. 274 с.

ISBN 978-617-02-0389-2 (електронне видання)

Опубліковано наукові статті, в яких висвітлено теоретико-методологічні засади та практичний досвід роботи в таких галузях, як: економіка, маркетинг, менеджмент, публічне управління, туризм в умовах цифровізації бізнесу.

Для науковців, викладачів, наукових співробітників, промисловців, підприємців, аспірантів і студентів.

Тексти тез надано в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікацій, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

Литовченко Руслан Іванович, Дмитренко Геннадій Анатолійович Використання цифрових технологій в процесі підготовки конкурентоспроможних випускників закладів вищої освіти	182
Луговий Олександр Сергійович Ідентифікація ризиків промислових підприємств	185
Мазур Юлія Володимирівна, Харитонюк Данило Васильович Посилення довіри і згуртованості колективу в організації в умовах воєнного стану	187
Макря Ліля Павлівна Особливості мотивації персоналу в сфері туризму	189
Мамоян Агіт Хдрович Теоретичні аспекти оцінювання персоналу на підприємстві	191
Міллер Владислав Сергійович Вплив маркетингових інновацій на розвиток туристичної індустрії	194
Міляєва Марія Проблема здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності	197
Мотуз Вероніка Сергіївна Культурно-пізнавальний туризм у Чехії. Перспективи розвитку	199
Нурадінов Ахмед Абдійович Особливості PR у діяльності та розвитку туристичного підприємства	201
Панченко Ольга Вікторівна Маркетингові технології в умовах цифровізації бізнесу	204
Пендюр Діана Романівна Класифікації механізмів державного регулювання у туристичній сфері ...	206
Перегуда Юлія Андріївна Перспективи глобального регулювання цифрової економіки України	209
Пирог Віктор Володимирович Інновація бізнес-процесів та її вплив на розвиток підприємства	212
Попов Андрій Вячеславович, Коваль Микола Іванович Переваги окремих методів цифрового маркетингу у роботі з споживацькою аудиторією на сучасному етапі розвитку суспільства	214
Романова Лідія Василівна Методологічні підходи до формування маркетингової стратегії підприємств будівельної галузі в період відновлення України	218
Романова Лідія Василівна, Василенко Катерина Андріївна Формування інноваційної стратегії “Розумний будинок” як важливий пріоритетний напрям розвитку будівельної галузі	222

вом, а його межі проходять там, де довіра, поступово знижується в міру віддалення від центру компанії, повністю замінюється розрахунком і санкціями. Стало змінюватися уявлення про зовнішнє середовище організації. Завданням стає не саме по собі просування товару, а формування маркетингу відносин — розширення бази постійних клієнтів, підрядників і партнерів. Управління якістю вже не зводиться тільки до характеристик товару або процесів в ланцюжку створення цінності — на перший план виходить якість відносин.

Література

1. *Каліна І. І., Завгородня А. А.* Основні складові організаційно-економічного механізму корпоративного управління підприємства в небезпечних умовах. *Економічний простір*. 2022. Вип. 181. С. 105–109. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/181-18>
2. *Tereshchenko E., Shkolenko O., Kosmidailo I., Kalina I., Shuliar N.* Formation of an effective risk management system at the enterprise. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2021. 1 (36). P. 320–329. URL: <http://fkd.ubs.edu.ua/index.php/fkd/article/view/3128/3150>

МАКРЯ Ліля Павлівна

здобувачка вищої освіти групи С – 8 -20 –Б1М (4,0з)

Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу

Міжрегіональної Академії управління персоналом

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

Теорії мотивації мають значний вплив на організацію управління трудовими ресурсами у сфері обслуговування. Але здійснення процесу мотивації у деяких галузях людської діяльності має певні відмінні риси. Варто приділяти велику увагу мотивації працівників “непрестижних” професій у сфері туризму, які є основними у процесі обслуговування: прибиральниці, покоївки тощо. Адже, ці професії не користуються популярністю через низку причин, серед яких незадовільні умови праці, низька заробітна плата. Кожна людина прагне, щоб праця приносила задоволення, давала можливість розвиватись, вдосконалювати свої вміння та навички, реалізовувати потенціал.

Мотиви діяльності персоналу сфери обслуговування можна поділити на такі групи. Вони сприяють стимулюванню людських ресурсів в туристичній сфері і відіграють позитивну роль на процесі мотивації.

1) Безпека. Працівники хочуть бути спокійними і впевненими у своєму майбутньому, почуватись захищеними. Ці потреби можуть бути задоволені через використання страхових полісів, видів на хорошу пенсію.

2) Економія. Полягає у використанні різноманітних благ, які дає ця робота. До них можуть належати: спеціальні пільги, умови праці, близькість до місця проживання.

3) Новизна. Можливість дізнаватись щось нове, постійно вдосконалюватись і навчатись.

4) Суспільна значимість. Працівники прагнуть визнання з боку оточуючих, морального схвалення. Почуття успіху мотивує багатьох до покращення результатів своєї діяльності, а можливість кар'єрного росту сприяє до збільшення докладених зусиль, в результаті чого підприємство швидше досягне поставлених цілей, здобуде прихильність клієнтів, а його послуги будуть конкурентними на ринку.

Дуже важливе значення має внутрішня мотивація працівника до роботи. Мудрі керівники завжди звертають увагу на ставлення персоналу до праці, на процес виконання поставленого завдання, чи докладає персонал зусиль, щоб підприємство розвивалось і надавало якісні послуги, чи збігаються інтереси підприємства і працівників. Абсентеїзм та рестрикціонізм — вельми небажані явища для кожної організації чи підприємства.

Абсентеїзм — це “відсутність” на роботі. Виявити його в прихованій формі не просто, тому що зовні все може виглядати досить благопристойно. Однак можна перебувати на роботі, формально виконувати роботу, але при цьому працювати неефективно. Тому аналіз результатів діяльності кожного працівника та визначення розміру винагороди є таким важливим.

Рестрикціонізм — це свідоме обмеження працівником результатів своєї праці. Суть цього явища в тому, що робітники фізично можуть, але психологічно не хочуть працювати, однак при цьому роблять вигляд, що трудяться щосили. Завдання керівника в такому випадку застосовувати такі мотиваційні стимули, які допоможуть покращити ефективність праці підлеглого, допоможуть йому задовільнити певні потреби [4].

В процесі мотивації працівників дуже часто вагоме місце посідає негативна мотивація. Вона заснована на принципі “батога і пряника”. Звичайно, засоби позитивної мотивації застосовують частіше, вони є більш бажаними, бо сприяють підвищенню продуктивності діяльності персоналу і викликають бажання більш якісно виконувати завдання. Якщо все ж негативна мотивація є необхідною умовою, уникнути якої нема можливості, потрібно дотримуватись таких правил її застосування: — покарання повинне бути об'єктивним.

Необхідно розібратись в ситуації і визначити справедливе покарання;

- працівник повинен знати причини покарання, щоб у майбутньому не робити подібних проступків чи помилок;

- покарання не повинне стосуватись особистих якостей працівника (вік, стать, віросповідання, національність). Не допустимо принижувати і ображати підлеглого.

Застосування негативних стимулів вимагає від керівника знання методів і моделей мотивації. Адже, дуже часто негативні стимули використовують не правильно. Прилюдні зауваження і критика, крик, перехід від виробничих проблем на особисті якості, постійне позбавлення премій, штрафи і дисци-

плінарні стягнення за найменші проступки не можуть сприятливо впливати на психологічний клімат в колективі. Персонал при виконанні завдання буде керуватись не прагненням до самореалізації і досягнення високих результатів, а бажанням уникнути покарання чи неприємностей.

Дуже часто негативні стимули не приносять бажаного результату. Результати досліджень показали, що вищих результатів досягають підприємства, які використовують позитивні стимули мотивації. Тому ці два типи мотивації потрібно уміло поєднувати для правильного управління людськими ресурсами.

Література

1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. К.: Альтер-прес, 2020. 280 с.
2. Левченко М. О. Основи підприємницької діяльності в сфері готельного та туристичного обслуговування: гурс лекцій для самостійного вивчення дисципліни. К.: МАУП, 2021. 257 с.
3. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2014. 272 с.
4. Мельник П. В. Менеджмент: навч. посіб. / П. В. Мельник, М. М. Філоненко, Л. П. Гацька, Н. Е. Кошарська. Ірпінь : Академія ДПС України, 2011. 154 с.

МАМОЯН Агіт Хдрович

*магістрант кафедри управління персоналом та економіки праці
Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу
Міжрегіональної Академії управління персоналом*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Для забезпечення високого рівня кваліфікації, професійних і бізнес-навичок та результативності роботи персонал необхідно регулярно оцінювати. Оцінка персоналу допомагає організаціям зрозуміти, як їхні працівники впливають на результати бізнесу та як можна покращити їхню продуктивність і розвиток. Оцінка персоналу допомагає визначити, наскільки працівники володіють необхідними компетентностями і навичками для ефективного виконання своїх обов'язків, встановлює, які навички та знання працівники повинні розвивати, щоб вдосконалити свою робочу ефективність. Оцінка може використовуватися для визначення системи винагороди та стимулювання працівників до досягнення високих результатів, допомагає керівництву визначити, які зміни або ініціативи потрібно впровадити для покращення результатів підприємства. З точки зору працівників, то вона допомагає співробітникам розуміти їхні можливості розвитку та