

відхилення фактичних показників його фінансово-господарської діяльності від критичних (з огляду на безпеку) та від оптимальних.

Отже, лише за умови безперервного та регулярного моніторингу фінансово-економічного стану підприємства, формування системи забезпечення та підвищення рівня фінансово-економічної безпеки підприємства туриндустрії взмозі забезпечити ефективність своєї діяльності та конкурентоспроможність на ринку.

#### Література:

1. Щербан О.Я. Розробка методики управління зовнішніми небезпеками туристичних підприємств / О.Я. Щербан // Інноваційна економіка. – 2015. – № 5 (60). – С. 203 – 207.
2. Квасній Л.Г. Малий бізнес в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку фінансово-кредитних відносин / Л.Г. Квасній, З.В. Квасній, О.Я. Щербан // Проблеми і перспективи стійкого розвитку підприємств малого та середнього бізнесу України: колективна монографія : у 2 т. / за заг. ред. К.Ф. Ковальчука. – Дніпропетровськ: ІМА-прес. – 2012. – Т.1. – С. 9 – 19.
3. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия – К. : М.П. «ИТЕМ», 1996. – 345 с.

## РОЛЬ ТА ФУНКЦІЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

**Гроза М.С.**, студентка 5 курсу ЦЗН

**Угоднікова О.І.**, канд. екон. наук., ст. викл. каф. Туризму та готельного господарства

*Харківський національний університет міського господарства імені О.М.Бекетова*

Основний і найбільш цінний капітал будь-якої компанії – працівники. Саме вони визначають успішність і темп розвитку підприємства, будучи рушійною силою бізнесу. Тому для того, щоб їх робота в організації була по-справжньому ефективною, потрібно постійно стежити за рівнем мотивації та регулярно міняти методи стимулювання. Стандартні премії і надбавки, що сьогодні використовуються на туристичних підприємствах не завжди являються достатніми для стимулювання необхідного рівня мотивації, тому роботодавцям слід запроваджувати прогресивні та інноваційні засоби заохочення.

Мотивація є однією з провідних функцій управління, оскільки досягнення основної мети залежить від злагодженості роботи людей. Кожен ефективний керівник намагається переконати співробітників працювати краще, створити у них внутрішні спонуки до активної трудової діяльності, підтримувати зацікавленість у праці, ініціювати переживання задоволення від отриманих результатів. Важливо також, щоб працівники домагалися досягнення цілей організації добровільно і творчо.

Знаючи мотивацію працівників, можна достовірно спрогнозувати їхню реакцію на дії керівництва. Мотивація дає також змогу з'ясувати, чому так, а не інакше чинить людина. Це стосується і конкретного керівника: чим зумовлений його вибір тактики поведінки при розв'язанні управлінського завдання, стилю управління, манери ділового спілкування тощо. Саме тому мотиваційна функція є найважливішою в управлінні, викликає особливий інтерес у керівників.

Мотивація є динамічним процесом, який стимулює й підтримує на певному рівні поведінкову активність індивіда. Вона охоплює систему спонукальних чинників (потреби, мотиви, цілі, наміри тощо), здатних впливати на поведінку людини, сукупність причин психологічних чинників, що стимулюють, підтримують на певному рівні, а також пояснюють поведінку та активність людини, з іншого боку, вона є процесом спонукування себе та інших, активності, досягнення цілей.

Система стимулювання у підприємницькій діяльності здійснює сильний психологічний і моральний вплив на людей, вона покликана збуджувати в них стійке бажання працювати сумлінно, професійно та інноваційно. Непродумана система стимулювання ставлення до праці може дезорганізувати працівників, порушити ефективність їх діяльності. Тому високі досягнення в управлінні вимагають, в тому числі, і доброго знання психології людини [1].

Необхідно розробити таку систему мотивації, щоб співробітники захотіли вкласти більше сил і душі в справу, якою вони займаються. В ході вирішення цієї проблеми туристичній фірмі рекомендується застосовувати такі методи підвищення мотивації, стимулювання і поліпшення якості роботи працівників:

1. Керівництву необхідно виявляти цікавість не лише до роботи своїх співробітників, але і до них, як до особистостей.
2. При аналізі роботи кожного співробітника слід задавати підлеглому питання, націлені на те, щоб спонукати його замислитися про виконану роботу і розповісти про конкретні результати.
3. Необхідно відстежувати рівень мотивації.
4. У працівників туристичної фірми різні цілі і бажання, відповідно, їм необхідно надати різні можливості для роботи і професійного росту.
5. Потрібно бути обережним з грошовими заохоченнями.
6. Необхідно знати чи підходить працівнику його робота.
7. Завдання підлеглим повинні бути ясними.
8. Створити банк ідей.
9. Необхідно також усунути чинники, які заважають успішній мотивації.

Аналізуючи результати роботи своїх працівників, керівництво фірми буде бачити, які методи мотивації необхідні для успішної роботи персоналу, а також, які не впливають на ефективність роботи [2].

Отже, однією з головних задач на наступні роки для великих туристичних фірм є покращення якості та лояльності персоналу. Для цього туристичній фірмі рекомендується підвищити рівень лояльності співробітників за рахунок використання таких методів мотивації:

– організація урочистої процедури знайомства з компанією і співробітниками;

– нагородження співробітників поїздками (туристичними путівками) – для тих хто зробив значний внесок у діяльність туристичної фірми, запропонувати путівки під час їх відпустки;

– вручення спеціальних знаків і посвідчень працівникам фірми за їх внесок і досягнення;

– вручення подарунків працівникам з фірмовим логотипом (кружки, блокноти, ручки, зонти та інше).

Таким чином можна стверджувати, що мотивація може здійснюватися не тільки за рахунок грошової винагороди за роботу і кар'єрного зросту, а й за допомогою інших факторів впливу на працівника.

#### **Список використаних джерел:**

1. Афонін А.С. Основи мотивації праці: організаційно-економічні аспекти: Підручник. / А.С. Афонін. - К.: МАУП, 2008. - 340с.

2. Дідур К. М. Системний підхід до управління підприємством та персоналом підприємства / К. М. Дідур // Ефективна економіка.— 2012.— № 4.

## **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МІСТАХ УКРАЇНИ**

**Дегтяр І. О.**, студентка 6 курсу факультету Менеджменту

**Стоян А. В.**, студентка 6 курсу факультету Менеджменту

**Богдан Н. М.**, канд. екон. наук., доц. каф. Туризму і готельного господарства

*Харківський національний університет міського господарства  
імені О.М.Бекетова*

Протягом останніх десятиріч туристична сфера перетворилася на одну з найбільш прибуткових галузей світової економіки. Для регіонів України туризм відіграє істотну роль у соціально-економічному розвитку територій та стимулює збереження наявних у регіоні туристичних ресурсів. Метою розвитку туризму в Україні та її регіонах є створення сприятливого організаційно-правового та економічного середовища для розвитку цієї сфери на основі ефективного використання природних ресурсів та історико-культурного потенціалу України й забезпечення її соціально-економічних інтересів і екологічної безпеки. Розвиток туристичної галузі у регіонах України повинен мати цілеспрямований характер на основі розробки і реалізації регіональних цільових програм.

Формування стратегії розвитку туризму в регіоні сприятиме відтворенню духовних і фізичних сил людей, збереженню історичної спадщини, розвитку і зближенню культур, створенню нових робочих місць,