

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



ТЕЗИ

**ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**6 – 7 КВІТНЯ 2021 р.
м. Одеса**

Література:

1. Древаль Ю.Д., Лінецький Л.М. / Проблематика організаційних конфліктів / Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. - 2017. - Вип. 182. - С. 59-68
2. Криса О. Й. / Управління конфліктами на засадах їх класифікації / Вісник Національного університету "Львівська політехніка". - 2018. - Вип. 643. - С. 337-342.
3. Панина Е.С. / Трудовые конфликты на предприятиях/Основы экономики, управления и права. - 2012. - Вип. 6.- С. 132-135.

ВИЗНАЧЕННЯ КРИТЕРІЇВ МОТИВАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ

**Хуторна В.А. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.п.н., доц. Удовиця О.Ф.**

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Сьогодні в Україні на кожному підприємстві намагаються створити свою власну модель мотивації й стимулювання з урахуванням реальних умов економічного середовища. Причому, деякі топ-менеджери формують свої моделі мотивації, ґрунтуючись на досвіді деяких зарубіжних компаній, впроваджують на своїх підприємствах «запозичені» управлінські технології. Але є й такі, що розробляють якісно нові моделі, які не мають аналогів у світовій практиці.

Розрізняють матеріальне та нематеріальне стимулювання. Матеріальне є найважливішим видом стимулювання, яке відіграє провідну роль в підвищенні трудової активності працівників. До нього відносяться матеріально - грошове, що включає заробітну плату, премії, доплати, соціальні виплати ін., та матеріально - не грошове, до складу якого входять путівки, безкоштовне лікування, транспортні витрати тощо.

Нематеріальне стимулювання, - соціальні преференції (престижність праці, можливість професійного та службового зростання), моральні (повага з боку оточуючих, нагороди), творчі (можливість самореалізації та самовдосконалення).

Проте, лише комплексне використання матеріального й морального стимулювання в процесі управління персоналом, дозволить досягти підвищення якості та продуктивності праці.

Мотивація - це процес спонукання людини до певної діяльності за допомогою внутрішньо особових та зовнішніх чинників. Існують різні способи мотивації, найважливішими з яких є :

- нормативна мотивація - спонукання людини до певної поведінки за допомогою ідейно-психологічної дії: переконання, навіювання, інформування, психологічного зараження і тому подібне;

- примусова мотивація, що ґрунтується на використанні влади і загрозі погіршення задоволення потреб працівника у разі невиконання ними відповідних вимог;

- стимулювання - дія не безпосередньо на особу, а на зовнішні обставини за допомогою благ, стимулів, що спонукають працівника до певної поведінки.

Перші два способи мотивації є прямими, бо припускають безпосередню дію на людину, третій спосіб стимулювання - опосередкований, оскільки в його основі лежить дія зовнішніх чинників -стимулів.

Мотиваційний механізм більшість авторів визначають як комплекс організаційно-економічних, матеріально-технічних та соціально-психологічних інструментів і методів спонукання до ефективної праці для забезпечення досягнення мети мотиваційної політики.

Вітчизняними науковцями обґрунтовано, що основними складовими мотиваційного механізму у сфері ресторанного сервісу є: універсалізація системи заробітної плати, вдосконалення організації праці, що, на сам перед, включає постановку цілей, розширення трудових функцій, збагачення праці, виробничу ротацію, застосування гнучких графіків, поліпшення умов праці, тощо.

Мотивація співробітників займає одне із центральних місць в управлінні персоналом підприємства ресторанного бізнесу, оскільки вона виступає безпосередньою причиною їх поведінки. Орієнтація працівників на досягнення цілей організації є головним завданням керівництва персоналом. Внаслідок зміни змісту праці в умовах науково-технічного прогресу, широкої автоматизації і інформатизації виробництва, в результаті підвищення рівня освіти і соціальних очікувань співробітників, значення мотивації в управлінні персоналом ще більше зросло, ускладнився зміст цього роду управлінської діяльності.

Вищезазначені теоретичні положення було перевірено на прикладі підприємства - ресторан «Хеврон», м. Одеса (підприємство, яке засноване на власності Одеської Іудейської релігійної громади).

Система матеріального та нематеріального стимулювання, що діє в «Хеврон» далека від оптимальної та недостатньо, на нашу думку, забезпечує зацікавленість персоналу в результаті його праці, а тому й вимагає значних змін.

За результатами проведених досліджень встановлено, що середньорічна заробітна плата збільшувалася набагато повільніше, ніж основні фінансові показники, зокрема рентабельність продажів. Таке положення слід характеризувати, як недостатню матеріальну вмотивованість персоналу.

З метою виявлення найбільш суттєвих мотивуючих чинників нами було проведено опитування працівників ресторану «Хеврон». Нас цікавило, які саме чинники максимально ефективно стимулюють персонал до роботи на підприємстві. Було запропоновано 10 чинників, наведених в таблиці 1.

Таблиця 1. – Чинники, які суттєво стимулюють персонал ресторану «Хеврон»

Чинники	Кількість балів
1. Матеріальне стимулювання	10,0
2. Можливість кар'єрного зростання	6,3
3. Умови праці	7,5
4. Безкоштовне харчування	7,6
5. Можливість зайняття спортом	3,0
6. Доброзичлива атмосфера в колективі	9,7
7. Премії	7,0
8. Графік роботи	8,2
9. Додаткова оплачувана відпустка	9,0
10. Побойовання не знайти іншу роботу в умовах кризи	7,2

За результатами аналізу останніх інновацій в системі вітчизняного та зарубіжного менеджменту персоналу нами запропоновано технологію формування основної заробітної плати, яка повинна орієнтувати працівника на досягнення кінцевого (взагалі для підприємства) результату, тому матеріальна мотивація для кожного робітника корелюється із показниками ефективності роботи організації (прибуток, об'єм продажів, виконання плану, поліпшення якості і, тощо).

Аналіз проблем стимулювання персоналу на підприємствах галузі ресторанного бізнесу дозволяє сформулювати найважливіші стимули та мотивуючі критерії в професійній діяльності різних категорій працівників:

- кожному представнику трудового колективу важливо відчувати радість від роботи, бути особисто причетним до загального результату підприємства, щоб їх дії були конкретно важливі;
- кожен на своєму робочому місці покликаний показати те, на що він здатний;
- будь-яка людина прагне виразити себе в праці, одержувати реальні докази того, що вона здатна робити корисне;
- важливо цікавитися відношенням людей до потенційних поліпшень умов їхньої роботи;
- кожному працівнику варто надати можливість оцінити свою значимість у колективі;
- у досягненні мети, яку працівник сам собі визначив чи у формулюванні якої він взяв участь, він виявить значно більше енергії;
- хороші працівники мають повне право на матеріальне і моральне визнання;
- співробітники повинні мати вільний, безперешкодний доступ до всієї необхідної інформації;
- будь-які серйозні рішення про зміни в роботі співробітників повинні прийматися при їхній особистій участі, з опорою на їхні знання і досвід, з урахуванням їх позиції;

- самоконтроль: повинен супроводжувати будь-які дії працівника;
- співробітникам повинна бути надана можливість постійно здобувати в процесі роботи нові знання й уміння;
- завжди варто заохочувати ініціативу, а не прагнути вичавлювати зі співробітників все, на що вони здатні;
- співробітникам важливо постійно надавати інформацію щодо результатів діяльності підприємства та оцінки якості їхньої професійної діяльності.

Таким чином, можливо стверджувати, що мотиваційний механізм управління персоналом повинен включати інтереси працівників; корелювати бажання працівників із цілями підприємства; підвищувати продуктивність праці; заохочувати ініціативу працівників при вирішенні їх власних проблем і проблем підприємства; поліпшувати мікроклімат у колективі, задоволення базисних потреб.

Література:

1. Гріфін Р.В., Яцура В. Основи менеджменту. Львів: Бак, 2001. 544 с.
2. Данюк В.М., Петюх В.М., Цимбалюк С.О. та ін. Менеджмент персоналу: навч. посіб / За заг. ред. В.М. Данюка, В.М. Петюха. - 2-й вид., без змін К.: КНЕУ, 2006. 398 с.
3. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства. Навч. посіб. К: КНЕУ, 2005. 517 с.
4. Колот А.М. Мотивація персоналу. К.: КНЕУ, 2009. 337 с.
5. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навч. посіб. К.: Кондор, 2003. 296 с.
6. Міщенко А.П. Стратегічне управління. К.: ДУЕП, 2004. 518 с.
7. Мочерний С.В., Усатенко О.А., Чеботар С.І. Основи підприємницької діяльності. К.: ВЦ "Академія", 2003. 280 с.
8. Синицька О.І. Мотиваційні механізми управління персоналом: структура, важелі. Монографія. Вінниця: Вид-во "Розвиток", 2005. 135 с.
9. Хлопак С.В. Кваліметричний підхід до створення ефективної системи матеріальної мотивації на підприємстві // Вісник ДІТБ, 2013, № 13. С. 285-294.
10. Ходаницкая А. Методы оценки персонала. Менеджмент и менеджер. 2014. № 1. С. 45-55.
11. Шапиро С.А. Мотивация. М.: ГроссМедиа, 2008. 224с.

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ПТК "ШАБО"

**Севастьянов В.В., студ. СВО "Бакалавр" ф-ту ММІЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агєєва І.М.
Одеська національна академія харчових технологій**

Конкурентна стратегія - це спосіб отримання стійких конкурентних переваг в кожній СОБ підприємства шляхом конкурентної боротьби, задоволення різноманітних і мінливих потреб покупців краще, ніж це роблять конкуренти. Вона конкретизує і визначає шляхи реалізації корпоративної стратегії [1.]

92.	УПРАВЛІННЯ ВЕРТИКАЛЬНИМИ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ Башкірова В.Д., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Науковий керівник – к.філос.н., доц. Пурцхванідзе О.В. Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	198
93.	ВИЗНАЧЕННЯ КРИТЕРІЇВ МОТИВАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ Хуторна В.А. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ Науковий керівник – к.п.н., доц. Удовиця О.Ф. Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	200
94.	ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ПТК “ШАБО” Севастьянов В.В., студ. СВО “Бакалавр” ф-ту ММіЛ Науковий керівник – к.е.н., доц. Агєєва І.М. Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	203
95.	ВПЛИВ МАКРОФАКТОРІВ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ Мельнік А.В. студ. СВО —Магістрл ф-ту ММіЛ технологій Науковий керівник –к.е.н., доц. Агєєва І.М. Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	207
96.	ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ Паук Я.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК Науковий керівник – д.е.н., проф. Самофатова В.А. Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	209
97.	АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ Корікова А.К., студ.ОКР «Магістр» ф-ту ЕБіК Науковий керівник – д.е.н., проф. Павлов О.І., к.е.н., доц. Дідух С.М. Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса	210
98.	ЗАРУБІЖНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ Дудлєва Д.П., студ. 3-го курсу, економічного відділення, Науковий керівник: викладач вищої категорії ОТК ОНАХТ Шимко О.В. ВСП «Одеський технічний фаховий коледж ОНАХТ», м. Одеса	212
99.	АКТУАЛЬНІСТЬ ГНУЧКИХ І НЕСТАНДАРТНИХ ФОРМ ЗАЙНЯТОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ Манзарук В.Ю., студ. 3-го курсу, економічного відділення, Науковий керівник: викладач вищої категорії ОТК ОНАХТ Шимко О.В. ВСП «Одеський технічний фаховий коледж ОНАХТ», м. Одеса	214