

організаційних заходів: дотримуватися правил техніки безпеки; поліпшити умови праці.

*Література:*

1. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудова відносина / Грішнова О.А.: Підручник. – К.: Знання, 2004. – 535с.
2. Полуянов В.П. Використання фонду робочого часу та планування зростання продуктивності праці на підприємстві / В.П. Полуянов, О.В. Плужник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ea.dgtu.donetsk.ua:8080/jspui/bitstream/.pdf>.
3. Балабанова Л.В. Управління персоналом.: Підручник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
4. Виноградський М.Д. Управління персоналом / Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. – 2-ге видання: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 502 с.
5. Древаль О.Ю. Планування діяльності підприємства: конспект лекцій / О.Ю. Древаль. – Суми: Вид-во СумДУ, 2008. – 146 с.
6. Калініна С.П. Реструктуризація і регулювання зайнятості. (Монографія) / С. П. Калініна. – Донецьк, 2006. – 557 с.

Пенкальська Соломія  
ст. гр. ЕЕПм-11,

Тернопільський національний економічний університет  
(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій ГалькоЛ.Р.)

#### ПРОБЛЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ)

На сьогоднішній день, в умовах ринкової економіки, конкуренція стає одним із найбільших регуляторів суспільного виробництва. Вона спрямовує та підпорядковує діяльність усіх суб'єктів ринку, стає причиною пошуку ефективніших шляхів використання ресурсів та підвищення виробництва. Саме завдяки конкуренції на ринку появляються більш дешеві та якісні, порівняно із конкурентами, товари та послуги.

Вчені, які досліджували конкуренцію, а саме Косвінцева, Стороженко, Подлепіна, вважають, що конкуренція є об'єктивним економічним законом

розвинутого товарного виробництва і обміну, а її основний зміст закладається у боротьбі та протистоянні.

Конкуренція відіграє важливе економічне та соціальне значення, вона спонукає підприємства знижувати витрати та створює передумови для розширення асортименту товарів та послуг.

Для готельного бізнесу конкуренція є важливою складовою, яка забезпечує постійне зростання рівня якості підприємства. На думку Подлепіної, на теперішній час все більшого розвитку набуває так звана «утворююча» конкуренція, суть якої полягає у пошуку способів співпраці конкурентів в сфері збуту та маркетингу [3].

Задля забезпечення конкурентоспроможності підприємству необхідно створювати оптимальні умови співвідношення показників якості та ціни. Необхідно підвищувати якість наданих послуг та поступово знижувати витрати на виробництво.

В загальному, конкурентоспроможність підприємств готельного господарства включає комплекс соціальних та економічних характеристик. З одного боку, це сукупність характеристик самого підприємства, яка визначається рівнем використання його виробничого, кадрового та маркетингового потенціалу. А з іншого, зовнішньоекономічних та соціальних умов, які дозволяють створювати такі послуги, які за ціновими і неціновими характеристиками можуть бути більш привабливішими для споживачів, ніж у конкурентів. В умовах відкритої ринкової системи, бути конкурентоспроможним означає забезпечувати якісні та цінові характеристики послуги, відповідно до міжнародних стандартів, не зважаючи на приналежність зовнішньому чи внутрішньому ринку [1].

Одним із найпопулярніших методів оцінки конкурентоспроможності є SWOT-аналіз. Це метод стратегічного планування, суть якого полягає у визначенні чинників зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства і їхнього поділу на категорії: сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози [2].

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