

2. Етика бізнесу та публічної сфери: методичні вказівки до вивчення курсу для студентів спеціальностей «Менеджмент», «Публічне управління та адміністрування» денної та заочної форм навчання / за ред. Н.С. Карвацка, А.М. Гончарук. Хмельницький: ХНУ, 2018. 132 с.

3. Малюк Л. П., Варипаєва Л. П. Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі. Навч. посібник. Харків: ХДУХТ, 2016. 146 с.

УДК 338.4

УДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

О. А. Степанова, доктор культурології, професор,

П. О. Панічева, студентка

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: кадрова політика, готельне господарство.

Кадрова політика в сфері гостинності відіграє важливу роль у забезпеченні ефективності роботи персоналу та успішності бізнесу в цілому. Вона включає в себе ряд стратегій, процедур та підходів, спрямованих на підбір, навчання, мотивацію та утримання кваліфікованих працівників. Основні аспекти ролі кадрової політики в сфері гостинності та її вплив на ефективність роботи персоналу включають: підбір і найм, навчання і розвиток, мотивацію і стимулювання, формування кадрового резерву та створення сприятливого мікроклімату в колективі тощо.

Ефективна кадрова політика допомагає залучати та відбирати кандидатів, які відповідають вимогам посади та культурі підприємства, що сприяє підвищенню якості обслуговування. Розвинута система навчання дозволяє підвищити кваліфікацію персоналу, що в свою чергу призводить до покращення якості обслуговування та збільшення продуктивності. Кадрова політика повинна передбачати формування ефективної системи мотивації та стимулювання персоналу, що допомагає зберігати найкращих працівників та підтримувати їхню високу продуктивність. Створення такого робочого середовища, де працівники відчувають себе комфортно та можуть розвиватися професійно є запорукою лояльності та відданості працівників організації [1].

Ефективна кадрова політика в сфері гостинності сприяє покращенню якості обслуговування, збільшенню задоволеності клієнтів та підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Але сьогодні наші співвітчизники опинилися в умовах, що вимагають сили духу та мужності від кожного з нас. Війна завжди має значний вплив на суспільство, економіку та всі сфери

життя, включаючи гостинність. Висока плинність кадрів, негативний моральний стан на робочому місці виявляються у працівників фронт офісу, що зрештою може зашкодити конкурентоспроможності закладу готельно-ресторанного господарства [2]. Досліджуючи тему впливу війни на мотивацію та управління персоналом сфери гостинності ми бачимо, що воєнний конфлікт створює складні виклики для готельно-ресторанного бізнесу.

По-перше, воєнний стан спричинив зменшення туристичного попиту та загрозу безпеці для персоналу та гостей. Це вимагає ретельного управління персоналом для забезпечення безпеки та ефективної реакції на надзвичайні ситуації.

По-друге, війна призвела до змін у вимогах до персоналу та умов праці. Підвищення стресу та напруги може впливати на мотивацію працівників та вимагати від управлінців нових підходів до мотивації та управління персоналом.

Таким чином, вивчення впливу війни на мотивацію та управління персоналом у готельно-ресторанній галузі дозволить розробити стратегії адаптації до надзвичайних умов, підвищити ефективність управління персоналом та забезпечити стабільність та безпеку у готельному бізнесі під час воєнного конфлікту.

Проблеми мотивації працівників у готельно-ресторанному бізнесі в умовах воєнного стану в країні можуть бути різноманітними, дослідивши деякі з найбільш поширених пропонуємо способи їх вирішення.

Неясність щодо очікувань та цілей. Умови війни можуть призводити до нестабільності та невизначеності. Чітка комунікація стосовно очікувань та цілей допоможе зберегти фокус та зміцнити спрямованість персоналу на досягнення поставлених завдань. Це особливо важливо в умовах, коли змінюються пріоритети та стратегії бізнесу через воєнний конфлікт.

Несправедливість та нерівні умови праці. В умовах війни, коли персонал стикається зі стресом та небезпекою, важливо забезпечити справедливий розподіл робочих завдань та умов праці. Це сприятиме підтримці морального духу колективу та покращить загальний настрій та ефективність працівників.

Відсутність визнання та мотивації. У воєнний час важливо підтримувати позитивний настрій та мотивацію персоналу. Визнання успіхів, винагороди за досягнення та створення атмосфери взаємопідтримки допоможуть зберегти високий рівень мотивації та відданості компанії.

Незадовільні умови праці. Забезпечення комфортних умов праці стає особливо важливим у воєнний час. Чистота та порядок на робочому місці, а також зручний графік роботи допоможуть знизити рівень стресу та підтримати психологічний комфорт персоналу.

Неефективне керівництво. Лідерська підтримка та приклад для наслідування стають визначальними у воєнний час. Керівництво повинно проявляти емпатію, розуміння та впевненість у вирішенні проблем для стимулювання та підтримки персоналу.

Недостатня комунікація. Відкрите та ефективне спілкування є ключовим у вирішенні проблем та викликів, що виникають у воєнний час. Регулярні наради, звіти та обмін інформацією допоможуть уникнути недорозумінь та забезпечити оперативну реакцію на зміни у ситуації.

Усі ці аспекти кадрової політики мають велике значення у воєнний період для забезпечення ефективності та стабільності роботи персоналу у сфері гостинності.

Узагальнюючи, вивчення впливу війни на мотивацію та управління персоналом у готельно-ресторанній галузі є критично важливим. Розробка стратегій адаптації до надзвичайних умов, підвищення ефективності управління персоналом та забезпечення стабільності та безпеки у готельному бізнесі в умовах воєнного конфлікту вимагає комплексного підходу та уваги до різноманітних проблем мотивації працівників. Необхідно забезпечити чітку комунікацію, справедливий розподіл робочих завдань та умов праці, визнання та мотивацію працівників, комфортні та безпечні умови праці, ефективне керівництво та відкрите спілкування. Враховуючи ці аспекти, готельно-ресторанний бізнес може зберегти стабільність та ефективність у складних умовах війни.

Список використаних джерел

1. Кобрин, А. Г., & Гузар, У. Є. (2023). Концептуальні основи управління персоналом у закладах індустрії гостинності. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, (8). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-12-01>
2. Солтисюк О.В., Бровенко Т.В. Аналіз внутрішніх мотиваційних факторів працівників готельно-ресторанних комплексів Матеріали X Міжнар. Наук.-практ. Конф. «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації» (м. Київ, 6-7 квітня 2023 р.) К.: КНУКІМ, 2023. 478 с. С.464-466.
3. Kozhukhivska, R. B., & Parubok, N. V. (2018). Udoskonalennia orhanizatsiinoi struktury menedzhmentu pidpriemstv sfery hostynnosti [Improvement of the Organizational Structure of Management Hospitality Companies]. *Ekonomika I suspilstvo – Economy and Society*, 17, 258-264.

4. Kononenko, T. P., & Polstiana, N. V. (2019). Udoskonalennia upravlinnia yakistiu posluh zakladiv hotelno-restorannoho hospodarstva [Improving the Quality Management of Hotel and Restaurant Facilities]. In: Scientific achievements of modern society. Liverpool, United Kingdom: Cognum Publishing House, 183-190.

5. Paliichuk, Ye. S., & Pavlyk, I. V. (2020). Teoretychni pidkhody do formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnykh mekhanizmiv pidvyshchennia efektyvnosti funktsionuvannia pidpriemstv sfery kharchuvannia [Theoretical Approaches to the Formation of Organizational and Economic Mechanisms to Improve the Efficiency of Food Enterprises]. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriiia «Ekonomika» – Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Economy series, 1, 108-111.

6. Lyzanets, A.H., & Puhachevska, K.I. (2017). Innovatsiini pidkhody do zdiisnennia funktsii upravlinnia personalom pidpriemstva [Innovative approaches of personnel management functions implementation]. Infrastruktura rynku – Market Infrastructure, 7, 143-149.

7. Khalakhur, Y.L. (2022). Upravlinnya personalom u zakladakh hotel'no-restorannoho hospodarstva [Personnel management in hotels and restaurants]. The IV International Scientific and Practical Conference «Science, practice and theory», February 1-4, Tokyo, Japan (227-22)

УДК 658.8

РЕКЛАМА ТА БРЕНДИНГ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

О. А. Степанова, доктор культурології, професор,
А.С. Масюткін, студент

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: реклама, брендинг, готельно-ресторанний бізнес, бренд-менеджмент.

Сучасну індустрію гостинності неможливо уявити без реклами. Адже вона – найдійовіший інструмент у спробах готельно-ресторанного підприємства донести інформацію до своїх клієнтів, модифікувати їхню поведінку, привернути увагу до пропонованих послуг, створити позитивний імідж самого підприємства, показати його суспільну значимість. Тому реклама та брендинг є найважливішим засобом досягнення цілей стратегії маркетингу у цілому й комунікаційної стратегії зокрема. Як свідчить світова практика, сфера гостинності є одним із найбільших рекламодавців.

Планування реклами дозволяє отримати ряд переваг рекламодавцю. Воно засноване на ретельному вивченні ситуації. Дослідження в рекламі