

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

КИРПИЧ Ольвія,

здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»

спеціальності «Туризм і рекреація»,

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

У сучасних умовах глобалізації та стрімких змін у бізнес-середовищі підприємства стикаються з низкою викликів, серед яких – ефективне управління людськими ресурсами. Особливе значення набуває застосування соціально-психологічних методів менеджменту, які дозволяють враховувати не лише матеріальні, але й нематеріальні чинники впливу на персонал. У сфері туризму, де конкурентоспроможність підприємства значною мірою залежить від якості сервісу та корпоративної культури, використання таких методів сприяє підвищенню мотивації співробітників, формуванню згуртованості колективу та створенню позитивного іміджу компанії [1].

Актуальність теми обумовлена зростаючою роллю людського капіталу у досягненні стратегічних цілей підприємства, особливо в умовах кризи та невизначеності. Соціально-психологічні методи, що впливають на формування морально-психологічного клімату, дозволяють не тільки вирішувати проблеми мотивації, але й оптимізувати комунікаційні процеси в організації [2]. Крім того, дослідження вітчизняних науковців за останні роки свідчать про успішне застосування цих методів в управлінні підприємствами різних галузей, зокрема й у сфері туризму [3].

Соціально-психологічні методи менеджменту – це комплекс прийомів і способів впливу на персонал, що базуються на врахуванні психологічних та соціальних потреб співробітників. До них відносять такі методи, як моральне стимулювання, тимблінг, формування корпоративної культури, розвиток комунікаційних процесів у колективі та інші [4]. Основною метою використання цих методів є створення сприятливого морально-психологічного клімату, який стимулює творчий потенціал співробітників та забезпечує їхню високопродуктивну роботу.

Ключовим поняттям у дослідженні є поняття «управлінський вплив», що включає як матеріальні, так і нематеріальні аспекти. У традиційній системі менеджменту особливу увагу приділяють економічним методам, які стимулюють співробітників через матеріальне заохочення. Проте в сучасних умовах, коли фінансові можливості можуть бути обмеженими (кризові ситуації, пандемії, військові дії), соціально-психологічні методи набувають особливої актуальності. Вони дозволяють впливати на внутрішній стан працівників, їхні емоції та мотиваційний потенціал, що є вирішальним чинником у формуванні ефективного трудового колективу [5].

У теоретичних дослідженнях соціально-психологічні методи класифікують за різними критеріями. Наприклад, за характером впливу їх поділяють на методи, спрямовані впливом на групу (колектив), та методи, орієнтовані на індивідуальну роботу з працівником. До групових методів належать тимбілдинг, корпоративні заходи, тренінги з розвитку комунікацій, а до індивідуальних – психологічне консультування, коучинг, методи особистісного розвитку [4].

У туристичному бізнесі якість обслуговування клієнтів та високий рівень задоволеності споживачів безпосередньо залежать від мотивації та професійної компетентності персоналу. Туристичні підприємства, які активно використовують соціально-психологічні методи менеджменту, мають змогу створити позитивну корпоративну культуру, яка сприяє розвитку лояльності співробітників і формуванню згуртованого колективу [1].

Одним із прикладів успішного впровадження є використання методів тимбілдингу, що дозволяють формувати позитивні міжособистісні відносини, підвищувати рівень колективної співпраці та зменшувати конфлікти в колективі. У туристичних компаніях тимбілдинг може реалізовуватись через організацію спільних заходів, корпоративних подорожей, навчальних семінарів та інших інтерактивних форм роботи [1]. Крім того, впровадження системи індивідуального навчання та розвитку співробітників сприяє підвищенню їх професійної компетентності, що, у свою чергу, позитивно впливає на якість обслуговування туристів [3].

Особливу увагу слід приділити розвитку корпоративної культури, що є фундаментом успішного управління персоналом у сфері туризму. Корпоративна культура включає в себе систему цінностей, норм поведінки, етичних стандартів, які визначають спільний спосіб мислення та дій співробітників. Соціально-психологічні методи дозволяють не лише формувати, але й підтримувати цей фундамент, що є критично важливим в умовах високої конкуренції на туристичному ринку [1].

У сучасних дослідженнях українських вчених зазначається, що застосування соціально-психологічних методів сприяє не тільки оптимізації внутрішніх процесів управління, а й позитивно впливає на імідж підприємства серед зовнішніх партнерів і споживачів. Це забезпечує конкурентні переваги та стабільність розвитку в умовах мінливого ринку туризму [2].

Перспективи подальших досліджень полягають у розробці інтегрованих моделей управління, що об'єднують традиційні економічні методи з інноваційними соціально-психологічними підходами. Сучасні технології, зокрема цифрові платформи для онлайн-комунікацій та дистанційного навчання, відкривають нові можливості для впровадження даних методів у практику управління. Такий підхід дозволить не лише знизити витрати, але й покращити адаптацію персоналу до нових умов ринку, що є особливо важливим для туристичного бізнесу [3].

Відповідно до аналізу сучасних тенденцій, впровадження соціально-психологічних методів менеджменту має сприяти:

- підвищенню рівня мотивації співробітників через створення позитивного морально-психологічного клімату;

- оптимізації внутрішніх комунікаційних процесів, що сприяє зменшенню конфліктних ситуацій у колективі;
- формуванню стійкого корпоративного іміджу, що позитивно впливає на конкурентоспроможність підприємства;
- збільшенню лояльності персоналу, що є ключовим чинником у досягненні стратегічних цілей підприємства.

Таким чином, соціально-психологічні методи менеджменту розглядаються не лише як додатковий інструмент, а як необхідна складова сучасного управлінського процесу, здатна забезпечити комплексне вирішення завдань управління персоналом, зокрема в умовах нестабільності та кризових ситуацій [2].

Проведені дослідження підтверджують, що соціально-психологічні методи менеджменту відіграють визначальну роль у формуванні позитивного психологічного клімату на підприємстві та сприяють підвищенню ефективності управлінської діяльності. У сфері туризму, де якість обслуговування та корпоративна культура є ключовими чинниками успіху, застосування таких методів дозволяє забезпечити високий рівень мотивації, згуртованості колективу та конкурентоспроможності підприємства.

Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Національний університет харчових технологій
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного
Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу
Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

12 березня 2025 року, Київ

КИЇВ 2025

УДК 338.48:339.923:061.1ЄС(477)

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №9 від 20 березня 2025 р.)

Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (12 березня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 350 с.

Редакційна колегія:

Мельниченко С. В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Сердюк М. Є. – доктор технічних наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Олюніна С. Л. – викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції висвітлюються результати наукових досліджень студентської молоді з питань, присвячених євроінтеграційним процесам у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу України. У матеріалах розглядаються виклики та перспективи адаптації галузі туризму в умовах євроінтеграції, інноваційні технології в закладах HoReCa, туристичне країнознавство, організація дозвілля молоді.

Конференція проводиться з метою посилення профорієнтаційної роботи із залучення активної шкільної молоді до навчання в НУБіП України, посилення наукової складової підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» і «Магістр», оприлюднення результатів їх дослідницької роботи, підвищення ефективності, якості наукових досліджень, обміну досвідом і представлення результатів науково-дослідної діяльності, обговорення дискусійних питань та визначення пріоритетів подальшого розвитку науки.

Видання розраховане для здобувачів вищої освіти, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори. Позиція редакції не завжди може збігатися з точкою зору автора.

© Колектив авторів, 2025

© НУБіП України, 2025