

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ І ДІЛОВОЇ ЕТИКИ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Кармінська-Бєлоброва М.В., Шматько Н.М.

***Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків***

Ділова етика та організаційна поведінка є необхідними складовими менеджменту, що розглядають етичні та моральні принципи, які формуються, підтримуються та розвиваються в рамках економічних систем. Це стосується всіх сфер бізнесу, а також поведінки фізичних осіб та сучасних організацій. Елементи ділової етики мають великий вплив на мотивацію персоналу, забезпечуючи відчуття контролю, уваги до роботи, розуміння напрямків розвитку та створюючи впевненість у майбутньому. [1]

Враховуючи важливість ділової етики у менеджменті, окремі питання стають пріоритетними, оскільки вони виявляються під час взаємодії з клієнтами. Технологія управління включає в себе різноманітні процедури, методи та інструменти для досягнення поставлених цілей, а також способи реалізації діяльності та контролю за нею.

Оновлення застарілих стандартів та підвищення рівня етики у готельному бізнесі можливе завдяки впровадженню нових технологій управління. Існуючі технології включають в себе чотири основні етапи: підготовку, реалізацію, завершальні операції та моніторинг. На основі протиріч та бар'єрів необхідно розробляти та актуалізувати рекомендації для поліпшення ділової етики, покращувати технології впровадження нових правил у готельний бізнес.

Технологія підвищення рівня ділової етики передбачає послідовність дій з формування, випробування та впровадження сучасних норм ділової етики. Для підтримки та розвитку стратегії готелів важливо регулярно переглядати, підтримувати та розвивати атрибути менеджменту, включаючи етичну та ділову культуру, удосконалюючи їх та уникати негативних явищ.[2]

З нашої точки зору, важливо формувати та розвивати навички та компетентності менеджерів, забезпечувати працездатність колективу, що дозволить готелям надавати послуги високого рівня і займати на ринку верхні позиції, а також ефективно функціонувати та успішно розвиватися у тактичному та стратегічному періодах.

Література:

1. Бізнес-комунікації і бізнес-культура підприємництва у міжнародному туризмі / Н. М. Шматько [та ін.] // Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Сер. : Економічні науки = Bulletin of the National Technical University "KhPI". Ser. : Economic sciences : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 24 (1323). – С. 101-105.
2. Економіка, менеджмент, маркетинг туризму та гостинності : навч. посібник [Електронний ресурс] / П. Г. Перерва [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Електрон. текст. дані. – Харків, 2020. – 893 с