

2. Кича Л.М. Особливості закордонного досвіду мотивації праці. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія економічні науки*. 2013. № 26. С. 72-76. UKR: https://journals.urau.ua/ves_pstu/article/view/32133.
3. Федотова Ю.В., Журавльова Н.Р. Формування системи мотивації персоналу готельних підприємств. UKR: <https://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/article/download/2163/2048/4735>

Канд. іст. наук Сливенко В. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ

Топ-менеджмент підприємств завжди бажає збільшити продуктивність роботи персоналу, адже у будь-якій сфері діяльності людський фактор відіграє головну роль у розвитку підприємства та отриманні прибутку. За статистичними даними понад 2/3 співробітників у світі не задоволені у своєю роботою, наслідком чого є зниження ефективності роботи працівників [1]. І підвищення рівня задоволеності персоналу шляхом запровадження лише одного виду мотивації не дає необхідних результатів. Потрібне регулярне коригування або впровадження нових методів мотивації персоналу, актуальних для тих чи інших умов функціонування компанії. Одним із таких методів є запровадження ігрових форм у неігровий контекст: повсякденне життя, навчання, бізнес.

Компанії часто використовують запровадження ігрових форм як спосіб мотивації персоналу. Це допомагає покращити мотивацію співробітників, яка знижується через монотонну роботу. Запровадження ігрових форм додає новий елемент у роботу співробітників, що робить її цікавішою. За даними статистики, використання ігрових технік дозволяє підвищити рівень задоволеності співробітників своєю роботою майже на 50% [1].

Ігрові форми мотивації персоналу на підприємствах ресторанного бізнесу можна впроваджувати на наступних етапах:

- 1) адаптації – залучення в гру нового співробітника при прийомі в компанію для знайомства з правилами, стандартами, колегами, рестораном;
- 2) навчання – співробітник грає та розважається, отримуючи нові знання;

3) тренування навичок – в іграх не страшно помилятися, це робить їх ефективнішими для тренування;

4) оцінки знань – у грі вирішуються завдання, для яких необхідно застосувати наявні знання;

5) підвищення ефективності праці – впровадження елемента змагальності, додаткової мети та яскравого призу [2].

Ігрові форми мотивації персоналу на підприємствах ресторанного бізнесу – інструмент, здатний значно поліпшити систему роботи колективу. Його слід використовувати за трьох видів активності, котрим важлива мотивація: творчі завдання, повсякденні завдання, завдання зміни у поведінці. Творчі завдання – завдання, які потребують емоційного залучення співробітників. Зазвичай, такі завдання не прописані в посадових інструкціях, але керівництву необхідно, щоб вони були вирішені. За допомогою ігрових форм мотивації посилюється залучення, відбувається активна генерація ідей та відкривається новий погляд на звичне. При впровадженні ігрових форм мотивації на повсякденні завдання відбувається перетворення робочих процесів за допомогою додавання балів, рейтингів, бейджів тощо, щоб створити співробітникам додаткові змісти у звичних завданнях, зробити якіснішим навчання, підвищити рівень мотивації на виконання роботи [4]. Наприклад, за виконання необхідних показників, важливих у сфері послуг, офіціантам даються бали, за допомогою яких вони можуть «викупити» найкращі «зони» у ресторані (де систематично акумулюється найбільше чайових та виручки) на певний період часу і працювати тільки там. Впровадження ігрових форм мотивації в зміну поведінки дозволяє змінити звичні установки і поліпшити тайм менеджмент [3].

Отже, підкреслимо, що ігрові форми не слід розглядати як набір тимчасових популярних способів мотивації, насправді експерти розглядають його як ефективний бізнес-інструмент, який може бути застосований для вирішення багатьох завдань.

Однак, незважаючи на безліч причин, що пояснюють необхідність її використання, поширення методів запровадження ігрових технологій має слабкий розвиток у ресторанному бізнесі. Зазначимо, що ігрові елементи що неспроможні повністю замінити інші методи мотивації персоналу не завжди

підходять кожної компанії. Проте, досвід сучасних успішних компаній, що використовують відповідні ігрові форми, доводить її ефективність та можливість бути ефективною альтернативою наявним традиційним інструментам мотивації праці.

Список використаних джерел:

1. Присакар І.І. Гейміфікація: ефективна технологія впливу на лояльність споживачів ресторанних послуг. *Економіка і суспільство*. Вип. 4. 2016. С 179-185. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/4_ukr/28.pdf.
2. Ткаченко О.П., Ольшанський О.В. Мотивація персоналу підприємств ресторанного господарства в умовах кризи. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2019. Вип. 2. С. 512-518.
3. Тутченко Р.Ю. Моделювання системи мотивації персоналу готельно-ресторанного бізнесу URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/51723/1/%BE.pdf>.
4. Жиленко К., Редько В., Самойленко А., Сливенко В., Ставицька А. Міжнародний туризм та гостинність: теорія та практика: монографія. Дніпро, 2023. 206 с. URL: http://lib.dnu.dp.ua/rep/ekon/knygy/nazva/Mizhnarod_turyzm_ta_gostynnist_teoriya_ta_praktyka.pdf.

Совгир К. С., канд. екон. наук Гвініашвілі Т. З.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ В МІНЛИВИХ УМОВАХ

В нинішніх умовах, сфера ресторанної індустрії стрімко підвищує свої позиції у секторі HoReCa. Власники ресторанного бізнесу намагаються впроваджувати якомога більше інновацій, втілювати нові проекти та збільшувати свою діяльність не тільки на регіональному рівні, а й на міжнародному. Незважаючи на воєнний стан, сфера ресторанного бізнесу утримує свої позиції [1].

Стан та конкуренцію у цій галузі можна охарактеризувати як досить динамічний і конкурентоспроможний. За останні роки в Україні відкрилось багато нових закладів, які дають великий вибір споживачу, а саме, змогу обрати кухню та послуги, які йому до вподоби. Причинами цього є:

– збільшення попиту споживачів;