

**УДК 338.488.2:640.43**

**Юлія Кашалупа**

магістрантка спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

**Лариса Федина**

канд. хім. наук, доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанної справи та харчових  
технологій

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
м. Львів*

## **ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЧЕРЕЗ ЛОГІСТИКУ ПОСТАЧАННЯ ПРОДУКЦІЇ ТА МОТИВАЦІЮ ПРАЦІВНИКІВ**

Актуальність дослідження перш за все зумовлена тим, як швидко розвивається ресторанна справа у 21-му сторіччі, навіть під час війни. Щоб покращувати роботу закладу необхідно вдосконалювати ефективність роботи працівників та логістику в даній сфері.

Запропоновано ряд заходів, які у комплексі дозволять закладам ресторанної справи покращити свою діяльність. Ефективна оптимізація бази постачання може допомогти зменшити витрати, підвищити ефективність ланцюга постачання, покращити продуктивність постачальників і співпрацю, а також збільшити дохід. Важливо спочатку проаналізувати поточних постачальників у контексті обсягу закупівель та витрат, бізнес-можливостей та продуктивності. Для цього необхідно виконувати моніторинг наступних факторів:

- дата останнього замовлення;
- щомісячні або кварталні обсяги;
- оточний стан розрахунків;
- час виконання замовлення;
- умови оплати;
- якість сировини.

За результатами проведеного аналізу необхідно визначити, з якими постачальниками компанія буде продовжувати співпрацю. Далі необхідно виконати формування бази постачальників як вітчизняних так і закордонних, та групування їх на три блоки:

а) постійні постачальники, термін роботи із якими більше 1 року, а умови співпраці – стабільні, цінові пропозиції прийнятні;

б) додаткові постачальники, які залучаються за необхідності, можуть мати підвищені ціни або недостатньо прийнятні умови оплати, проте забезпечені необхідним асортиментом;

в) критичні постачальники, які залучаються при форс-мажорних обставин, коли відсутні асортиментні одиниці у перших двох групах. У цей блок необхідно включити постачальників, які можуть швидко відреагувати на фактичні логістичні збої та забезпечити необхідною продукцією. При цьому у даному блоці необхідно розглядати не тільки вітчизняних постачальників, а і закордонних, насамперед із Польщі [1].

Створення злагодженої, чітко працюючої команди – одне з основних завдань сучасного керівника ресторанного підприємства. Саме команда здатна ефективно, якісно та у найкоротші терміни вирішувати поставлені перед нею завдання. Тож, командоформуючі заходи якраз і спрямовані на те, щоб сформувати із колективу команду. Тімбілдінг – це техніка управління, яка використовується для підвищення ефективності та продуктивності персоналу за допомогою різних заходів. Вона передбачає багато навичок, аналіз та спостереження для формування сильної та здібної команди. Під час проведення тімбілдінгів створюються умови, у яких кожен член команди окремо і команда загалом зможе проявити себе, виробити ефективні схеми взаємодії та отримати новий досвід [2]. Також, не менш важливим є спілкування з «постійними» клієнтами. До прикладу, необхідно створити wish-list, в якому кожний постійний гість може залишати свої враження та побажання, що б він хотів побачити нового у закладі. І раз в місяць власники, переглядаючи ці записи від постійних гостей, обирали б одну найцікавішу ідею та втілювали її у реальність, а гостю, який це запропонував, дарували б сертифікат на певну суму. Це допомогло б вийти на прямий контакт із гостем та залишати його постійним відвідувачем [3].

Не менш важливим є мотивація персоналу. Для підтримання мотивації на високому рівні мають бути створені умови для високопродуктивної праці, професійного й посадового зростання, належна організація праці. Важливе значення має розроблення об'єктивної системи оцінювання персоналу, залучення працівників до участі в управлінні підприємством, формування сприятливого соціально психологічного клімату, відчуття причетності у працівників до організації, розвиток корпоративної культури [4]. Зовнішні засоби посилення мотивації працівника не обмежуються суто матеріальними стимулами, адже тільки ними важко підтримувати високу трудову активність протягом тривалого часу. Пропонується раз в місяць проводити вікторину для працівників різних відділів, де б кожен працівник пропонував свої ідеї щодо покращення роботи компанії, а переможцю вручали б бейдж із написом «найкращий працівник місяця». Та як приємний бонус, можна було б і використати матеріальну мотивацію, тобто до бейджа надати ще сертифікат, до прикладу, у спа-комплекс.

Отже, для удосконалення своєї системи мотивації праці, для успішної і злагодженої роботи керівництву закладів ресторанного господарства слід використовувати комплекс методів як матеріального, так і нематеріального стимулювання, підпорядковуючись технології управління тимблдингу: матеріальні стимули; бонусна програма для робочої зміни за виконання денного плану + 10% денної заробітної плати; річна премія у січні за досягнення прибуткової діяльності – 10% від чистого прибутку, яка рівномірно розподіляється між працівниками; нематеріальні стимули; щоквартальні корпоративні заходи із виїздом за місто за рахунок компанії; проведення командоформуючих тренінгів для персоналу кожні півроку.

*Ключові слова:* сфера послуг, моніторинг, логістика, ефективність, мотивація, тимблдинг.

### **Список використаних джерел:**

1. Зубар Н. М. Логістика у ресторанному господарстві : навч. посіб. / Зубар Н. М., Григорак М. Ю. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 312 с.

2. Ярмолюк Д. І. Тімблдинг як один із ефективних методів управління персоналом / Ярмолюк Д. І., Хлуп'янець Д. І., Яблонська І. В. // Економіка та управління підприємствами. – 2020. – Вип. 3(20). – С. 152–156.

3. Левицька І. В. Готельна справа : навч. посіб. / Левицька І. В., Корж Н. В., Онищук Н. В. – Київ ; Вінниця : Едельвейс і К, 2015. –580 с.

4. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот. – Київ : КНЕУ, 2011. –397 с.