

возрастает во много раз на фоне действия общих маркетинговых инструментов более высокого ранга.

Таким образом, можно выделить четыре группы маркетинговых инструментов в иерархии их эффективности при продвижения туристических услуг Республики Беларусь на внешние рынки. Ядром является создание полнофункционального национального туристического портала, который использует все возможные методы продвижения начиная с информирования посетителей и консолидации интернет-порталов производителей туристических услуг и заканчивая внедрением систем прямого бронирования и технологий социальных сетей. Структуру интернет-инструментов мы обосновывали в 2010 г. в НИР «Проведение исследований по проблемным вопросам развития туризма в Республике Беларусь: Инновационные инструменты продвижения туристических услуг Республики Беларусь» (№ ГР 20103065). Основными сопутствующими инструментами маркетинга туристических услуг Республики Беларусь являются создание и показ рекламного видеоролика по каналам зарубежного телевидения, участие в трех основных туристических выставках мира, организация крупных событий, стимулирующих туристический интерес к стране, и проведение стратегии низких цен на авиаперелеты в Беларусь и обратно. Вспомогательное значение имеют издание печатных материалов о Беларуси, создание зарубежных туристско-информационных центров, участие в туристических выставках в соседних странах, рекламные туры в Республику Беларусь. Заметим, что сегодня именно эта категория инструментов наиболее активно используется в деятельности НАТ. Однако, как уже отмечалось, их эффективность могла быть выше, если бы в полной мере реализовались основные инструменты маркетинга национального турпродукта.

С.Ю. Цёхла, д-р экон. наук
ТНУ (Симферополь, Украина)

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ПЕРСОНАЛА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Ресторанный бизнес сегодня занимает одно из ведущих мест в сфере услуг и при этом постоянно развивается. Для успешного функционирования ресторанного бизнеса на первый план выходит критерий качества, составляющими которого выступают: качество организации, персонала, продукции, обслуживания. Одной из наиболее актуальных является проблема качества персонала, так как наличие квалифицированного и хорошо обученного персонала — одна из важнейших составляющих успешности ресторанов.

Ресторанный бизнес объединяет в себе искусство и традиции, механизмы деятельности, опыт и философию обслуживания, концепцию гостеприимства. Только таким образом можно поддерживать обслуживание на стабильно высоком уровне.

Результаты работы ресторана зависят от коллективной работы, которую демонстрируют сотрудники, и от их профессиональных знаний, умения обслуживать гостя. Поэтому качество персонала — профессионализм и соблюдение культуры обслуживания — неперемное условие такого бизнеса.

Обеспечение качества персонала включает процессы подбора, оценки, обучения и развития кадров ресторана, которые приводят к повышению уровня сервиса.

Подбор персонала проводят при комплектаций штата в соответствии с квалификационными требованиями к работникам по профессиям (например, повар, кондитер, официант, бармен, сомелье, управляющий и т.д.) с помощью анкетирования и собеседования. Предпочтение отдается претендентам с профессиональным образованием и производственным опытом, целеустремленным и находчивым. Вопросы профессиональной этики касаются всех категорий работников без исключения.

Оценка персонала ресторана позволяет определить потенциал, а также выявить слабые и сильные стороны деятельности работников. Процедура предполагает тестирование и аттестационное анкетирование сотрудников, в ходе которого проводят сбор и оформление информации, содержащей все особенности выполняемой работы (например, уровень сервиса, готовность помочь в выборе блюда, знание самих блюд, напитков и т.д.). Итог по оценке персонала ресторана представляется в виде данных, опираясь на которые управляющие заведением могут составлять программы обучения и повышения квалификации персонала, принимать соответствующие кадровые решения, выбирать адекватные методы для стимулирования мотивации персонала.

Система адаптации и обучения персонала внутри ресторана нацелена на доведение до персонала существующих стандартов обслуживания, получение необходимых для успешности знаний и навыков, знакомство с корпоративной культурой. Для этого практикуют наставничество, проведение семинаров и тренингов.

Непрерывное развитие сотрудников выступает обязательным условием качества персонала. Для этого проводят комплекс мероприятий, направленных на достижение максимального эффекта от деятельности (программа профессионального роста, программа поддержания профессионального уровня), в результате которых сотрудники становятся сотрудниками качественного обслуживания.

Сохранить качественный персонал — команду, нацеленную на успех, — позволяет действенная комплексная система мотивации, по которой каждый сотрудник понимает собственную ценность, важность и заинтересован в обеспечении высокого, устойчивого результата обслуживания. Качество персонала обеспечивает качество ресторана: его репутацию, гарантии конкурентоспособности и популярности.