

## **ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

Для поддержания имиджа заведения, его репутации и популярности от владельцев и руководства ресторанного бизнеса требуется немало сил, средств и времени для работы с персоналом: подбор, адаптация, оценка, обучение, развитие и т.д.

Практика показывает, что во многом успех ресторана зависит именно от уровня подготовки персонала. Рост конкуренции в ресторанном бизнесе делает обучение персонала одной из приоритетных целей управляющих.

Эффективность работы ресторана во многом зависит от уровня предложенного им сервиса. Поэтому строгое соблюдение стандартов обслуживания — обязательное требование, которое предъявляется ко всем категориям сотрудников: управляющим ресторанов, менеджерам, линейному персоналу.

Чтобы соблюдать стандарты сервиса нужно, во-первых, их отлично знать. Для этого в компании создается эффективная система обучения и развития персонала, которая позволяет обучать вновь принятых на работу сотрудников, повышать квалификацию работающего персонала.

Эффективная работа системы контроля качества позволяет контролировать выполнение сотрудниками стандартов качества на любом этапе их деятельности. Зачастую знаний, полученных официантами и барменами на различных курсах и в колледжах, не хватает, чтобы достойно работать в предлагаемом заведении. Это обусловлено тем, что любой ресторан чтит свои традиции, имеет собственное меню, характер обслуживания и прочее, что определяет специфику приема посетителей. Выход из положения — проведение обучающей стажировки и помощь в адаптации для новых сотрудников ресторана.

В настоящее время во всех крупных сетевых предприятиях общепита в штате имеется группа менеджеров по обучению и тренеров. Эффективность работы, организованной таким способом, очевидна: уровень обслуживания в сетевых заведениях намного выше, чем в одиночных аналогах.

Так, например, в одном из столичных предприятий общественного питания разработана программа по обучению персонала, которая включает три этапа. На каждом этапе рассматривается блок вопросов, необходимых для эффективной работы заведения. Изучение этих вопросов помогает обеспечить высокий уровень сервиса и профессиональное развитие персонала. Чтобы не перегружать персонал большим количеством информации, все блоки вопросов делятся на три занятия, которые проводятся в течение месяца по 2,5 ч.

На первом занятии рассматриваются: история развития ресторанного бизнеса, история создания заведения, основные шаги безупречного сервиса, внешний вид сотрудников.

Второй блок включает: основные этапы обслуживания гостей, сервировка стола, подача блюд и напитков, вербальное и невербальное общение, этикет (темы разговоров, приветствие). На третьем этапе изучаются: типология гостей, формирование гостей, конфликтные ситуации и решение их, дополнительные и вспомогательные продажи. Проводится игровой тренинг «официант—гость».

Успех ресторана зависит от фактора персонала на все 100 %. Ведь все процессы в ресторане, начиная от встречи и обслуживания гостей, приготовления блюд, поддержания особой атмосферы в ресторане, выполняются и регулируются сотрудниками.

Именно поэтому наличие обученного, мотивированного и лояльного персонала, который не только владеет прочными знаниями технологии приготовления блюд, стандартами качества обслуживания гостей, но и неуклонно соблюдает их в своей практической деятельности, является необходимым условием для успешного ресторанного бизнеса.

*А.Ю. Сирош*  
*БГЭУ (Минск)*

**Научный руководитель П.А. Литвинов**

## **ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ПОСРЕДСТВОМ SMM-МАРКЕТИНГА**

Несмотря на стратегическое положение Беларуси в центре Европы, она по-прежнему остается «terra incognita» для зарубежных туристов: большинство из них не знают, что такая страна есть, считают ее частью России, а те, которым известно о существовании нашей страны, знают о ней немного. Даже у граждан России Беларусь чаще всего ассоциируется с президентом Беларуси А.Г. Лукашенко, картошкой, «зайчиками» и г. Минском.

На наш взгляд, продвижение Беларуси, как государства, обладающего богатейшим историко-культурным потенциалом, при выходе на мировую арену необходимо сконцентрировать в сети Интернет, учитывая современные тенденции к росту «культурного туризма» и расширению возможностей для него в развитых странах мира. Особенное внимание следует уделить использованию социальных сетей. Посредством соцсетей Интернет смог объединить население планеты: сейчас практически каждый человек имеет хотя бы один аккаунт. Использовать для продвижения страны необходимо самые популярные социальные сети, в частности, Instagram. Эта социальная сеть достаточно молода, человечество узнало о ней лишь в 2010 г., но несмотря на это, она уже смогла объединить около 600 млн чел. по всему миру. Для многих людей