

ПОВЫШЕНИЕ КУЛЬТУРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОБЪЕКТАХ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Современные тенденции развития ресторанного бизнеса можно отнести к стремительно развивающимся наряду с внедрением прогрессивных технологий. Однако основной претензией гостей ресторанов остается качество обслуживания. Культура обслуживания — совокупность характеристик и условий процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом и этикой обслуживающего персонала. Характеристиками культуры обслуживания являются: вежливость, чуткость, компетентность, уровень мастерства работников, комфорт, эстетика предоставления услуги, качество обслуживания и т.п. Таким образом, под культурой обслуживания понимается совокупность норм предоставления ресторанных услуг, способов отношений между персоналом и клиентами, которые приняты как эталон обслуживания, призванные повысить качество и эффективность. Самой распространенной причиной недовольства гостей является плохое обслуживание. Это может быть связано с недостаточным уровнем подготовки персонала, низким уровнем заработной платы, нетерпимостью официантов и т. д. Быстрое и надежное решение повысить продажи и качество сервиса в ресторане — это организация оценки персонала методом «тайный гость».

Стандарты обслуживания в ресторане призывают официантов хорошо запомнить множество правил, начинающихся со слова «как»: как быть всегда доступным для гостей; как перемещаться по залу; как держать разнос при выносе напитков; как сервировать стол при смене блюд; как ставить и убирать приборы и посуду со стола при смене блюд; как происходит смена пепельницы и др. Каждое из этих правил направлено на то, чтобы обслуживание гостей совершалось с должным достоинством, тактичностью и изяществом. Поддержание высокого уровня обслуживания может быть обеспечено с помощью периодического (2 раза в год) обучения персонала. Обучение может происходить в два этапа:

1. Подготовительный этап — тренер собирает необходимую информацию о ресторане, его меню, целевой группе посетителей, о том, как принято обслуживать сейчас, с какими проблемами сталкиваются при обслуживании чаще всего, что хотелось бы изменить. Эту информацию тренер получает от руководства ресторана.

2. Тренинг — тренер выезжает в ресторан и проводит занятия с персоналом в привычной обстановке, основываясь на меню и стиле данного заведения с учетом информации, полученной на подготовительном этапе. Обучение проводится поочередно со всеми сменами.

В результате тренинга обычно появляются новые решения и предложения персонала по улучшению обслуживания, которые руководство систематизирует, а затем использует в работе. Такого рода тренинги проводятся для обслуживающего персонала, при этом их программа не является жестко регламентированной, а формируется тренером на основе предварительного анализа деятельности ресторана. Рекомендуется ежегодно проводить обучение обслуживающего и управляющего персонала. Кроме того, необходимо ежегодно анализировать существующую систему мотивации и разрабатывать мотивационные программы на следующий год.

В.А. Супроненко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О.П. Ефимова-Стадник,

канд. экон. наук, доцент

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Общественное питание относится к отрасли, которая постоянно привлекает предпринимателей. Наиболее престижным регионом для развития ресторанного бизнеса в Беларуси является Минск. Здесь проживают потребители, получающие самые высокие доходы и выделяющие на услуги общественного питания самый большой процент от расходов потребительской корзины. Перспективными с точки зрения развития являются также регионы Беларуси. Присутствие в них крупных брендов ограничено, а потенциальный спрос велик. Более того, арендные ставки в областях страны гораздо ниже, чем в столичных центрах, и предложения заведений невелики. Если же говорить о недостатках развития рынка общественного питания в Беларуси, то здесь можно упомянуть следующее: ограниченный выбор продуктов на внутреннем рынке, дефицит квалифицированного персонала и не всегда соответствующий мировым стандартам уровень обслуживания.

В 2018 г. в Минске было открыто 207 объектов общественного питания на 6800 мест. В Минске работает 2798 объектов общественного питания на 163,6 тыс. мест, в том числе общедоступная сеть представлена 2009 объектами на 103,6 тыс. мест. Сеть общественного питания за 2010–2018 годы имеет устойчивую тенденцию к росту и на конец 2018 г. составила 13,3 тыс. объектов общественного питания на 775 тыс. мест.

Развитие сети объектов общественного питания позволило воплотить всем областям и г. Минску требования государственного социального стандарта по обеспечению населения республики местами в общедоступной сети общественного питания, несмотря на