ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ, КАК СПОСОБ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

IMPROVING THE SKILLS OF CATERING STAFF AS A WAY TO IMPROVE THE QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMERS

УДК 811

Ежова Н.В., Российский государственный социальный университет

Ezhova N.V. nadin-ezhova1996@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена вопросу повышения квалификации и общего уровня знаний персонала предприятия общественного питания, как одного из эффективных способов улучшения уровня качества обслуживания клиентов. Рассмотрены существенные преимущества данного подхода и недостатки альтернативных вариантов. Актуальность темы определяется тем, что в современном мире существует огромное количество проектов по повышению уровня сервиса, реализация которых может требовать больших финансовых вложений, а достижение положительного эффекта не может быть гарантировано на 100% и зависит от большого количества факторов. В то время, как квалификация, профессионализм и наличие соответствующих навыков сотрудников оказывают прямое воздействие на уровень сервиса.

Abstract

Article is devoted to the issue of improving the qualifications and general level of knowledge of the personnel of catering enterprises as one of the most effective ways to improve the quality of customer service. Considered significant advantages of this approach and the disadvantages of alternatives. Relevance of the

topic is determined by the fact that in today's world there are a huge number of projects to improve the level of service, the implementation of which can require large financial investments, and the achievement of a positive effect can not be guaranteed by 100% and depends on many factors. At the same time, qualification, professionalism and relevant skills of employees have a direct impact on the level of service.

Ключевые слова: качество, обслуживание, сервис, персонал, квалификация, общественное питание.

Keywords: quality, service, service, staff, qualifications, catering.

С ростом конкуренции среди предприятий общественного питания, владельцы вынуждены задумываться о том, каким образом привлечь больше гостей, улучшить сервис и увеличить доход. Безусловно, данные заведения преимущественно посещают с целью удовлетворить свою потребность в еде и напитках. Однако одно их наличие не гарантирует высокий спрос и интерес потребителей.

По информации Портала «Открытые данные» Правительства г. Москвы по состоянию на 12.01.2021г. в Москве действует 16 966 предприятий общественного питания. В среднем это 6,8 заведений на 1 км^2. В крупных торговых центрах, жилых комплексах, на оживленных улицах их концентрация намного выше. В каждом их них предлагаются блюда и напитки. Это обуславливает появление необходимости выбора столовой/кафе/ресторана для клиентов. В каждом заведении предлагаются блюда и напитки. В таком случае потребитель начинает оценивать качество приготовления, ценовую политику, атмосферу зала и, конечно, уровень сервиса, который включает в себя:

- сервировку стола;
- подачу блюд и напитков;
- скорость обслуживания;
- коммуникативные навыки персонала;

- знание сотрудниками меню и умение удовлетворить потребность гостя;
- и многое другое.

Современный сервис должен быть таким, чтобы у клиента возникло желание вернуться, а лучше стать постоянным посетителем. Для достижения этой цели необходима командная работа настоящих профессионалов, способных превзойти ожидание клиента. В то в время, как произвести плохое впечатление и потерять гостя навсегда, можно в считанные секунды одним неверным поступком, словом или бездействием.

На запрос «как повысить качество обслуживания клиентов предприятия общественного питания» поисковая система Google выдаёт более 5 миллионов результатов. На первый взгляд эта задача может казаться простой в реализации, так как в свободном доступе есть много полезной информации. Однако перед руководителем/владельцем возникает целый ряд проблем:

- Оценка текущего уровня сервиса;
- Выявление недостатков и возможных точек роста;
- Разработка планируемых изменений и оценка их эффективности;
- Естественное сопротивление персонала, которой сталкивается с изменениями в их устоявшемся рабочем процессе;
- Контроль за выполнением всех нововведений;
- Мониторинг изменения поведения клиентов после внедрения проекта повышения уровня качества обслуживания;
- Оценка экономической эффективности проведённых мероприятий.

Но главная сложность заключается в том, что ни в одном проекте, должностной инструкции или технологической карте невозможно расписать алгоритмы роботы со 100% клиентов. В данном случае можно перефразировать известную пословицу таким образом: «сколько людей, столько и предпочтений». В дополнение к этому, сервис не имеет временных промежутков, как, например, процесс внедрения нового продукта. Обслуживание предоставляется на протяжении всего времени существования

заведения, что обуславливает необходимость всегда поддерживать уровень качества в соответствии с требованиями рынка.

Более того, нельзя ограничиться улучшением работы сотрудников, вступающих в прямой контакт с клиентом (frontline staff): официантов, барменов и администраторов. Это утверждение идеально иллюстрируют примеры:

1. Иван – официант ресторана, имеющий 9-летный опыт работы. Он является лучшим среди своих коллег, так как делает самую большую выручку. Исходя из пожеланий гостя, он рекомендует заказать блюдо «Дорадо на гриле». Гость соглашается. Иван пробивает заказ, спустя нужное количество времени отправляется на кухню, где узнаёт, что рыба Дорадо закончилась. В данном случае ошибку совершил повар, который вовремя не проверил наличие продуктов, не сделал заказ на закупку или хотя бы не довёл эту информацию до официантов с помощью Стоп-листа. Но для гостя всё это не имеет значения. Для него виновным будет официант, не предоставивший блюдо, которое сам же и порекомендовал.
2. Менеджер ресторана допустил вычислительную ошибку в отчёте бара, в связи с чем, бармену Алине было выдвинуто обвинение в недостаче 3 литров сиропа, стоимость которого вычтут из её заработной платы. Алина, добросовестно выполнявшая свою работу и не допускавшая ошибок, теряет часть денег и мотивацию. Удовлетворённость работой сильно снижается, как и настроение, что негативно сказывается на общении с клиентом и качестве оказываемых услуг.

Таким образом, возникает вывод о том, что в процессе повышения качества сервиса важно обращать внимание на всё заведение. Руководитель может потратить огромное количество временных и финансовых ресурсов на улучшение одного процесса в обслуживании: разработать внутренние стандарты, обязать официантов выучить наизусть меню, обучить культуре

общения, контролировать всё вплоть до остроты углов сложенных салфеток. И всё это может оказаться абсолютно бесполезным, если хотя бы один сотрудник не хочет или не знает, как правильно выполнять свою работу.

Именно поэтому в настоящее время одним из главных конкурентных преимуществ предприятия общественного питания является наличие в штате высококвалифицированных кадров, которые имеют углублённые знания в своей сфере, способны самостоятельно принимать решения, действуют в соответствии со стандартами, осознают свою ответственность и умеют выстраивать причинно-следственные связи. Например, понимают, как качество их работы влияет на размер чаевых и заработной платы в целом.

Не все организации особенно на первых этапах открытия заведения имеют возможность нанять таких кадров, так как их требования по уровню дохода в 1,2-2 раза выше, поэтому идеальным решением данного вопроса может стать обучение, профессиональная переподготовка и курсы повышения квалификации, которые широко представлены на рынке. Экономическую выгоду данной идеи не сложно рассчитать. Например, в месяц кафе тратит 800 000 рублей на заработную плату сотрудников (1 менеджера, 1 администратора, 5 поваров, 4 официантов, 2 барменов). В год это 9 600 000 рублей. Если эта же организация нанимает персонал с образованием, эта сумма существенно увеличится: 9 600 000 рублей умножить на 1,2 равно 11 520 000 рублей. Разница - 1 920 000 рублей всего за 1 год. В то время как 2-недельные курсы повышения квалификации в Москве стоят:

Менеджер – 17-30 тыс. руб;

Администратор – 15-25тыс. руб;

Повар – 25-35 тыс. руб;

Официант – 12-20 тыс. руб;

Бармен – 12-30 тыс. руб.

Даже если выбрать самые дорогие пакеты, общая сумма расходов на обучение составит 370 000 руб. Будет ошибкой в чистом виде сравнивать суммы 1 920 000 руб. и 370 000 руб., так как потребуются дополнительные

расходы, в связи с отсутствием сотрудника на рабочем месте в период обучения, например, доплата за сверхурочные часы коллегам, заменяющим его. Но, определённо, очевидна выгода, которая позволит отправлять на обучение сотрудников на регулярной основе в разные школы. Также стоит учесть важность составления договора с сотрудником о необходимости отработать средства, инвестируемые владельцем в его знания. Срок такого документа будет напрямую зависеть от стоимости обучения и выручки, которую приносит конкретный работник.

Таким образом, руководство заведения сможет повысить качество обслуживания клиентов наиболее эффективным образом. В условиях современного рынка культура обслуживания и профессионализм тех, кого видит клиент в баре, ресторане, кафе, закусочной, в значительной мере влияет на прибыль заведения, его популярность и количество посетителей. Квалификация и профессионализм персонала позволят превратить процесс улучшения сервиса из временного проекта, требующего регулярного контроля, в самостоятельную постоянную инициативу сотрудников.

Список литературы:

1. Бадаева О. Н., Предводителева М.Д. Эра услуг: требуются профессионалы / Бизнес-образование. - 2014. - № 2.
2. Власова Е. Система мотивации – как привлечь и удержать. / Е. Власова, Т. Копачевская // Управление персоналом. 2010. №8. С. 18.
3. Губанова С.Е. Внутрифирменная подготовка кадров как механизм гармонизации деятельности предприятия / С. Е. Губанова – г. Тольятти: Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева, 2017. — С. 4.
4. Коблева, А.Л. Мотивационный менеджмент как фактор повышения эффективности управления персоналом // Менеджмент в России и за рубежом. 2010. №2. С.102.
5. Сологубова Г.С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник для академического

бакалавриата / Г.С.Сологубова. – 2–е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2016. – 379 с.

References:

1. Badaeva O. N., Predvoditeleva M. D. Era of services: professionals are required / Business education. - 2014. - № 2.
2. Vlasova E. System of motivation – how to attract and retain. / E. Vlasova, T. Kopachevskaya / / Personnel management. 2010. No. 8. p. 18.
3. Gubanova S. E. Intra-firm training of personnel as a mechanism for harmonizing the activities of the enterprise / S. E. Gubanova-Togliatti: Bulletin of the V. N. Tatishchev Volga State University, 2017. - p. 4.
4. Kobleva, A. L. Motivational management as a factor of improving the efficiency of personnel management // Management in Russia and abroad. 2010. No. 2. p. 102.
5. Sologubova G. S. Organization of production and service at public catering enterprises: textbook for academic bachelor's degree / G. S. Sologubova. - 2nd ed., ispr. and additional. - M.: Yurayt Publishing House, 2016. - 379 p.