

КВАЛИФИЦИРОВАННЫЙ ПЕРСОНАЛ – ФАКТОР УСПЕШНОСТИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Присяжный В. В.

Научный руководитель канд. экон. наук Медведева О.М.

Торгово-экономический институт СФУ

Ресторанный бизнес сегодня занимает одно из ведущих мест в сфере услуг и является одним из высокодоходных, что подтверждает все большее количество открывающихся кафе и ресторанов в городе Красноярске. Только компания «Комплекс ресторанов «Красноярск» заявила об открытии и в текущем году 8 предприятий формата «BigYork».

В борьбе за жизнеспособность ресторанного бизнеса рестораторам приходится решать ряд проблем. Одной из наиболее актуальных является проблема управления ресторанным персоналом, так как наличие квалифицированного и хорошо обученного персонала - одна из важнейших составляющих успешности ресторанного бизнеса.

Актуальность исследования состоит в том, что одним из важнейших факторов роста эффективности производства является улучшение качества выпускаемой продукции или предоставляемой услуги.

Повышение качества выпускаемой продукции расценивается в настоящее время, как решающее условие ее конкурентоспособности на внутреннем рынке.

Качество продукции относится к числу важнейших критериев функционирования предприятия, в условиях относительно насыщенного рынка и преобладающей конкуренции.

Современным предприятиям ресторанного бизнеса необходимо научиться: более эффективно использовать экономические, организационные и правовые рычаги воздействия на процесс формирования, обеспечения и поддержания необходимого уровня качества на всех стадиях производства и реализации продукции общественного питания.

Заслуживает внимание система управления персоналом ресторана быстрого питания «KFC». Целью исследования было проведение SWOT-анализа внешней и внутренней среды предприятия на примере «KFC».

Рестораны быстрого обслуживания «KFC» - американская сеть ресторанов фастфуда общественного питания, специализирующихся на блюдах из курицы. Была основана в 1952 году Харландом Сандерсом под вывеской Kentucky Fried Chicken (рус. Кентукийский Жареный Цыплёнок). С 1997 года сеть принадлежит крупной ресторанной компании Yum! Brands, владеющей также такими брендами, как Pizza Hut и Taco Bell. Yum! Brands Inc. - компания управляющая 38000 ресторанов в более 110 государствах мира.

Компания «Yum Restaurants International Russia» всегда строго придерживается международных стандартов сервиса KFC по обслуживанию гостей с фокусом на качество, скорость, гостеприимство и доброжелательность.

В сентябре 2011 года состоялся официальный запуск KFC как самостоятельного бренда на российском рынке, и с того момента открыто более 200 ресторанов по России и СНГ.

Компания планирует активно развиваться по системе франчайзинга. Согласно прогнозам под маркой KFC каждый год будет открываться 34 ресторана. Сеть KFC в России и странах СНГ к 2015 году должна расширяться до 300 ресторанов.

В Красноярске открыто 3 предприятия быстрого обслуживания, пользующихся большой популярностью. Основные посетители молодежь 18-25 лет.

По заявлению директора компании "Yum! Restaurants International Russia" в приоритете ее деятельности это качество кухни и сервиса. Именно поэтому в компании разработана специальная обучающая программа, которую проходят все сотрудники ресторана. И чем лучше будет обслуживание, тем более довольными будут Гости.

Сетевые рестораны быстрого обслуживания – это строгое следование стандартам, тут уже меньше творчества и больше отлаженного процесса.

Обучение сотрудников происходит постоянно. Каждый сотрудник после обучения проходит сертификацию. Так что в сети работают только сертифицированные сотрудники.

В ресторанном бизнесе текучесть персонала в среднем выше, чем в других отраслях народного хозяйства. В ресторанах KFC уровень текучести ниже среднерыночного за счет хороших условий труда, полного соблюдения норм трудового законодательства и дружной атмосферы в коллективе, которую поддерживают все руководители ресторанов. В проводимых компанией исследованиях более 80% сотрудников заявляют о своем желании продолжать работать в KFC и рекомендуют его своим друзьям.

Ям – уникальная культура, где нематериальная мотивации в виде признания введена в практику. Один из принципов корпоративной культуры компании – «Признание!!». Любой сотрудник KFC, не только руководитель, может высказать признание любому сотруднику компании. Как выразить свое признание? Есть специальные карточки признания, которые любой сотрудник компании может подписать и вручить своему коллеге, подчиненному или руководителю. У каждого руководителя есть свой личный приз, который он вручает своим подчиненным и коллегам за важные для компании достижения.

В компании система мотивации выражается и в программе «Лучшие из лучших», в которой принимают участие сотрудники ресторана. Программа рассчитана на анализ и оценку эффективности работы сотрудников в соответствии с занимаемой должностью. По итогам года экспертная комиссия в лице руководителей подразделений и административного офиса Yum! выбирает лучших из лучших и дает им возможность недельной стажировки и обмена опытом с сотрудниками европейских филиалов KFC.

В целях повышения качества работы в компании создана библиотека стандартов, которая на 100% покрывает все бизнес-процессы от приемки грузов до правил приема персонала, не говоря уже о стандартах приготовления и продажи блюд.

Это позволяет быть уверенным в том, что в итоге потребитель получит одинаковые по качеству и вкусу блюда во всех ресторанах сети.

В компании внедрены профессиональные стандарты производственных процессов, которые разработаны централизованно и внедрены во всех предприятиях сети, в том числе и в красноярских. Данные стандарты содержат перечень действий, предусматривают способность работника, а точнее необходимые знания и умения. Стандарты предусматривают выполнение действий с использованием необходимого технологического оборудования и производственного инвентаря.

В тоже время до сих пор во многих предприятиях ресторанного бизнеса используется универсальные должностные инструкции на привычные профессии: повар, кондитер, пекарь.

Преимущество профессиональных стандартов состоит в том, что с помощью них можно организовать процесс производства продукции более эффективнее, и обеспечить заданные параметры качества блюд.

Каждый стандарт на определенный процесс содержит разделы:

Введение

Получение и хранение

Предварительные действия

Подготовка полуфабриката

Тепловая обработка филе

Хранение

Уборка

Решение проблем.

Раздел «введение» содержит описание блюда, перечень оборудования, дополнительные инструменты (23 наименования), ингредиенты, рекомендации по санитарии и гигиене. В разделе «получение и хранения» указаны специальные стандарты получения, а хранение продукции представлено в виде таблицы, с графами срок годности и условий хранения (указаны температурные режимы). Предварительные действия предполагают подготовку фритюра, панировочной смеси, затем пооперационно расписывается процесс приготовления полуфабриката, предусматривающий и порядок раскладки продукции на решетках (с иллюстрациями). Тепловая обработка разных видов филе и типа фритюра подразумевает разный температурный режим и время приготовления, с давлением или без.

Далее указывается срок хранения продукции в тепловом шкафу и сендвичной станции. Указана температура подачи филе. Для процесса уборки разработан отдельный стандарт.

Раздел «решение проблем» содержит пошагово действия их решения самостоятельно повару или обращения в техническую службу. Дополняют стандарты и технико-технологические карты с указанием рецептур, технологии приготовления, требований к качеству, пищевой ценности и показателей безопасности.

Стандарты процессов предусмотрены на каждый вид или группу блюд.

Такая организация производства продукции повышает ответственность исполнителя на рабочем месте, что подкрепляется и условиями внутреннего трудового распорядка и контракта.

Преимущество такой организации труда очевидно: снижается утомляемость поваров, увеличивается производительность труда, повышается качество продукции. Персонал мотивирован на конечный результат. Результат рейтинга ресторанов компании в Красноярске составляет от 2,26 до 4,5. При анализе отзывов посетителей большинство из них отмечают, в первую очередь, вкусную еду, отличное качество курицы, приготовленной по особому рецепту. Предприятия работают круглосуточно и в любое время в них есть посетители.

В Красноярске довольно много открыто предприятий быстрого питания, среди которых рестораны KFC заметно отличаются, в которых персонал ориентирован на доброжелательность, качество продукции и услуг. В итоге бизнес достигает эффективности инновационной деятельности: производственных результатов, коммерческой эффективности, социальных результатов.

На основе SWOT- анализа осуществлен оперативный диагностический анализ организации и ее среды. Выявлены сильные стороны ресторанов: имидж бренда KFC, имеющийся опыт организации производства; наличие передовой технологии и современное оборудование; квалификация руководителей и линейного персонала. И возможности внешней среды, которые использует предприятие. Это высокая

конкурентоспособность продукции и роста спроса на нее, в том числе и за счет доступности в сочетании с ценой.

Используемые источники:

<http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=605076#1>