

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра История и философия

(наименование)

46.03.01 История

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Историко-культурный туризм

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Развитие пищевой промышленности Российской Федерации (1991-2019 годы)

Студент

А.А. Горячева

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. ист. наук, доц. Т.И. Адаевская

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2022

Аннотация

Актуальность темы. Общественное питание в современных тенденциях развития пищевой промышленности является важным компонентом в системе экономических и социальных процессов, направленных на повышение материально-культурного уровня жизни людей. Все больше граждан отдают предпочтение питаться вне дома. В современности существует несколько актуальных вопросов, которые решает подходящее питание, оно влияет на увеличение трудоспособности населения, поддержание здорового образа жизни, совершенствование образовательной деятельности, продуктивное применение свободного времени.

Цель исследования – отследить развитие пищевой промышленности в Российской Федерации.

В целях достижения поставленной цели были сформулированы задачи работы:

- рассмотреть процесс образования и формирования предприятий быстрого питания в мире на примере компании «Макдоналдс», а также в Российской Федерации;
- проанализировать современное состояние отрасли общественного питания на примере ООО «Макдоналдс»;
- изучить специфику организации процесса обслуживания и производства предприятия ООО «Макдоналдс»;
- освоить информацию изменения структуры персонала и характеристику оплаты труда на предприятии общественного питания ООО «Макдоналдс».

Структурно работа состоит из двух глав, 4-х параграфов. Объем составляет 50 страниц.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Особенности изменения пищевой промышленности в Российской Федерации.....	7
1.1 История мирового фаст-фуда, как основная часть предприятий общественного питания.....	7
1.2 Исторический опыт развития общественного питания в Российской Федерации.....	15
Глава 2 Современное состояние отрасли общественного питания на примере ООО «Макдоналдс».....	25
2.1 Процесс обслуживания и производства на предприятии быстрого обслуживания ООО «Макдоналдс».....	25
2.2 Изменения структуры персонала и характеристика системы оплаты труда на предприятии ООО «Макдоналдс».....	32
Заключение.....	37
Список используемой литературы и используемых источников.....	40
Приложение А Адреса подразделений.....	43
Приложение Б Общий анализ качества обслуживания.....	44
Приложение В Схема управлений.....	45
Приложение Г Интервью с А. Маштаковым.....	46
Приложение Д Контрольный лист наблюдений.....	48

Введение

Актуальность темы исследования связана со значительным распространением организаций общественного питания и заключается в изучении истории появления предприятий быстрого питания и развития на территории Российской Федерации. Посещение предприятий быстрого обслуживания в современном мире является потребностью людей, которые не готовы жертвовать свободным временем в пользу приготовления пищи дома или делать выбор в пользу авторских блюд. В связи с этим возникает необходимость подробного изучения индустрии общественного питания в условиях развития пищевой промышленности.

Объект исследования – история пищевой промышленности Российской Федерации (1991-2019 г.)

Предмет исследования - условия развития пищевой промышленности.

Хронологические рамки исследования охватывают 1991-2019 гг. Именно этот период начинается со значимого события распада СССР и заканчивается всероссийской переписью населения в 2019 г. В этот промежуток времени происходит видный скачок в развитии индустрии общественного питания.

Вклад в изучение проблемы истории развития общественного питания в России внесли Е.А. Малышкина, Е.В. Долгих, А.В. Заздравных, И.И. Захарова, Р.В. Крылова, М.Д. Магомедов, Е.В. Михалева, Г.С. Парыгина, Д.А. Попов, Е.А. Ренев. Но остается потребность в более подробном анализе истории развития предприятий общественного питания в Российской Федерации компании «Макдоналдс».

Целью исследования являются направление развития пищевой промышленности в Российской Федерации.

В целях достижения поставленной цели были сформулированы задачи работы:

- рассмотреть процесс образования и формирования предприятий быстрого питания в мире на примере компании «Макдоналдс», а также в Российской Федерации;
- проанализировать современное состояние отрасли общественного питания на примере ООО «Макдоналдс»;
- изучить специфику организации процесса обслуживания и производства предприятия ООО «Макдоналдс»;
- освоить информацию изменения структуры персонала и характеристику оплаты труда на предприятии общественного питания ООО «Макдоналдс».

Источниковой базой исследования послужили «ГОСТ 30389-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и их требования» [3], «ГОСТ Р 55889-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги общественного питания. Система менеджмента безопасности продукции общественного питания» [4]. Статистические данные, использованные в данной работе – сборники Народное хозяйство в СССР [15]-[16]-[17]-[18]-[19], Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник 2012 г. [24], Российский статистический ежегодник. 2020 г. [25], Публицистское издание Крок, Р. Андерсон, «McDonald's. Как создавалась империя» [10], которое указано в работе, является ресурсом для изучения истоков появления понятия «фаст-фуд» и зарождения одной из крупной компании «Макдоналдс».

Методы исследования. Исследование опирается на основные принципы исторического исследования:

- принцип историзма используется при анализе экономического, социального развития пищевой промышленности с 1991-2019 года. Этот период связан со становлением предприятий быстрого обслуживания. Проанализированы составляющие и последствия возникновения лидера в

индустрии общественного питания компании Макдоналдс» на территории Российской Федерации;

– принцип объективизма содействует рассмотрению разносторонних точек зрения, позволяет взглянуть на тему исследования с различных сторон и на этой основе сделать необходимые выводы;

– принцип системности дает возможность анализировать общественное питание и его изменения в Российской Федерации как составную часть социальных и экономических процессов.

Статистический метод анализа источников разрешает отразить объем количественных показателей предприятий общественного питания на территории Российской Федерации.

Новизна работы заключается в том, что данная исследовательская работа дает не только глобальное и представление об истории общественного питания, но и более широкое об организации конкретного предприятия быстрого обслуживания.

Структура работы состоит из введения, двух глав, заключения, списка источников и литературы, приложений.

Глава 1 Особенности изменения пищевой промышленности в Российской Федерации

1.1 История мирового фаст-фуда, как основная часть предприятий общественного питания

На сегодняшний день является плюсом современной жизни – это посещение предприятий общественного питания быстрого обслуживания. Затрагивается тема фаст-фуда, который содержит в себе полноценную сферу услуг. Предприятия быстрого обслуживания насчитывают большое количество заведений, свою историю, конкретные принципы функционирования, обслуживания и производства.

Понятие «фаст фуд» – это еда, быстро приготовленная, поданная и продана посетителям предприятия. Понятие «быстрая еда» существовало еще в Древнем Риме, Восточной Азии, Индии и Западной Африке, только в разных способах организации и составах продуктов, не так как в современном мире [11, с. 59-62].

В данной сфере обслуживания пионерами в новой отрасли стали три большинству известные три компании: «Макдоналдс», «Кентукки фрайд чикен» и «Бургер Кинг».

Со временем заведения быстрого питания стали главенствовать в сфере питания, которое происходит не дома:

- ресторанные комплексы самообслуживания (фуд-корты);
- автоматизированные предприятия быстрого обслуживания (автораздача);
- закусочные быстрого питания, которые стоят отдельно;
- комплексы предприятия быстрого питания – фаст-фуда.

Особенностью предприятий быстрого обслуживания и питания является приготовление 1-2 блюд, которые пользуются постоянным спросом у потребителей [19, с. 59].

История фаст-фуда берет начало в США, в 1954 году начинается новый этап ресторанного бизнеса. В этот момент появляется никому неизвестный предприниматель и инженер Рэй Крок. В число его основных достижений входило создание многоскоростного миксера для молочных коктейлей, смеситель которого использует ресторан братьев Макдоналд. Ричард и Мариус Макдоналд основали первый ресторанчик быстрого обслуживания, который делал акцент производства на гамбургерах, жареном картофеле и молочных коктейлях. Видя перспективность их коммерческой идеи, он предложил приобрести франшизу на право организации подобного ресторана у себя в штате [2]-[20].

В те годы в штате Калифорния в сфере общественного питания новички в этой отрасли обслуживания принялись предлагать подобные варианты «McDonald's», в результате чего в штате образовались разношерстные заведения быстрого питания, но большинство из них не могли сравниться с рестораном «McDonald's» [2].

По соглашению, Рей Крок получал 1,9 процента от общего объема продаж во всех франшизах, 0,5 из 1,9 процента получали братья Макдоналд, все открываемые предприятия по франшизе должны были выглядеть одинаково с огромными золотыми круглыми рамками и называться McDonald's. Тогда контракт их был заключен на 10 лет, а позже перезаключен еще на 99 лет.

15 апреля 1955 года Рей Крок открыл первый ресторан McDonald's в Дес-Плейнс, штате Иллинойс, который приносил прибыль с первого дня открытия. На тот момент было понятно, что данный бизнес сопровождает множество рисков и проблем, и работал финансист Гарри Соннеборн с научным складом ума, который неоднократно поддерживал Крока. Позже появилась потребность в человеке, который смог бы управлять производственным процессом на предприятиях франшиз. Им стал молодой и смекалистый Фред Тернер. К январю 1957 года он участвовал в открытии 25 новых ресторанов [9, с. 83].

Фред Тернер затрагивал процесс приготовления булочек для гамбургеров. Он договаривался с местными пекарнями о поставке булочек с определенными стандартами для компании и для многих владельцев пекарен сотрудничество с «McDonald's» являлось главной сделкой в их жизни. Фред хорошо оперировал цифрами и покупая большое количество ингредиентов (булочки, кетчуп, горчица), в сравнении с другими ресторанами, поставщики делали отличную скидку [9, с. 88].

Крок объединял «McDonald's» различных людей, он управлял компанией не единолично, его помощники пользовались широкими полномочиями для укрепления основной идеи «McDonald's». Если работники вносили вклад в создание его «McDonald's», то он чаще всего был на их стороне, несмотря на то, что они отличались от него личными качествами. Крок считал, что возможность организации данного предприятия настолько новое в сфере общественного питания должна быть основана на талантах ярких и эксцентричных личностях с трудолюбием [10, с. 69].

Концепция работы, которая заключалась в преимуществах компании «McDonald's» – улучшение продукции, налаживание определенной системы работы с поставщиками, совершенствование зданий ресторанов, создание штата для обучения франчайзинг и осуществления контроля за деятельностью ресторанов на местах.

Специалисты компании добились того, что фермеры по-другому начали выращивать картофель, содержать скот и производить по-новому конечный продукт [10, с. 87].

Знаменитые мясные лепешки – это не случайный успех, а долговременное исследование, которое привело к хорошему результату. Тогда на один фунт предполагалось 10 штук мясных котлет, в дальнейшем этот вес стал стандартным для всей отрасли быстрого питания. Фред Тернер искал не только нужное оборудование, но и подходящую бумагу для фасовки мяса после жарки, ставил эксперименты по раскладки в стопке мясных котлет, чтобы их качество не портилось. Вся деятельность была направлена

на то, чтобы сократить издержки, контролировать складские запасы и удобство работы сотрудника за прилавком [9, с. 91].

Постоянный контроль осуществлялся за деятельностью поставщиков мяса. В компании установили стандарты, которые относятся к содержанию фарша из которого будут делать котлеты для бургеров. В состав говядины, которую использует компания, не входят никакие отходы. Тернер установил, что фарш должен состоять: 17% – грудная часть туши скота, которые откормлен зерновыми; 83% – мясо лопатки туши скота, который откормлен подножным кормом.

Следующий известный продукт – жареный картофель, который не являлся наследием братьев Макдональд, а стал итогом длительной работы над улучшением качества картофеля-фри. Крок и Тернер пришли к выводу о том, что доставленный картофель до обжарки стоит хранить почти три недели, чтобы большая часть в нем превратилась в крахмал и полноценно прожарилась, либо картофель из-за количества сахара в нем станет скоро золотистым во фритюре, но не прожаренным. Процесс прожарки поделили на два этапа: бланшировали по утрам в течение трех минут, после при получении заказа дожаривали еще две минуты. Для рассыпчатости картофеля к нему добавляли комбижир на основе говяжьего жира. В 1957 году Крок принял предложение организовать небольшую исследовательскую лабораторию для подробного изучения пищевых продуктов, в том числе картофеля. Идея была немислимой для предприятия быстрого обслуживания. Исследования показали, что, когда холодный картофель бросают во фритюр с комбижиром при температуре 325 градусов по Фаренгейту (162,8 градусов по Цельсию), температура резко падает, но в каждом случае до разного уровня. Установили, что независимо от того, насколько упала температура, картофель всегда успевает прекрасно прожариться за то время, пока она повысится всего на три градуса по Фаренгейту (1,7 градуса по Цельсию) по сравнению с тем уровнем, до которого она понизилась [10, с. 90-92].

Третий основной продукт меню «McDonald's» – это молочный коктейль. Рей Крок выяснил, что создается новая технология приготовления молочных коктейлей при помощи новообразованной молочной смеси, которая доставляется в ресторан, занимает меньше места в здании и заливается в оборудование, в нем смесь замораживается. И последней процедурой в изготовлении коктейля – добавление сиропа по заказу посетителя. В итоге, компания создала новый молочный напиток, который был малоизвестен большинству на рынке, все привыкли к более жидкому и хорошо взбитому коктейлю. Был найден идеальный вариант упаковки молочной смеси – «пакет в коробке», которая намного легче, доступнее и соответствует требованиям санитарии [10, с. 93].

Поставщики «McDonald's», которые привыкли быстро терять и приобретать клиентов, были удивлены постоянству «McDonald's». Преданность Рей Крока поставщикам демонстрирует то, что она дала организации сократить время в кризисный момент процесса развития потому, что большое количество неокрепших конкурентов начали развиваться на рынке общественного, быстрого питания.

Компания делала акцент на строительстве зданий и кухонного оборудования, которые основывались на совершенно новых стандартах скорости, надежности и простоты. Совершенствовались при реконструкции или возведении ресторанов даже арки с эмблемой, чтобы они выдерживали сильные порывы ветра. Оборудование, подходящее для многих малопосещаемых закусочных, не отвечало требованиям компании «McDonald's», так как товарооборот был намного больше. Инженеры создали тостер, который был подобен вафельнице и отвечал стандартам «McDonald's», только более крупных габаритов. Именно эта компания уделяла внимание многим деталям и разработала V-образную лопаточку, с помощью которой за одно действие насыпали жареный картофель в упаковку. И спустя 25 лет, изобретенная картофельная лопаточка

применяется во всех 14 000 ресторанах «Макдоналдс», разбросанных по всему миру.

Братья Макдоналд придумали то, что заказ можно забирать из окошка, при Рей Кроке появились внутренние дворики, где были стулья и столы для посетителей. А Фред Тернер решил преобразовать здания ресторанов, чтобы внутри них были сидячие места для гостей. Постепенно многие рестораны реконструировали [10, с. 208].

Главным преимуществом долговременного развития компании «McDonald's» Рей Крок считал завершение отношений с братьями Макдоналд, так как братья не желали менять условия их соглашения, тем самым замедляя процесс продвижения предприятий. Братья Макдоналд сохраняли идею продать бизнес. За предложенную цену они уступали все права и торговую марку. В итоге, группа Бристола дает компании 2,7 млн долларов наличными, а взамен «McDonald's» платит ей 0,5 процентов выручки от всех ресторанов. Это была успешная сделка для обеих сторон [9, с. 104-106].

В 1961 году, обладавший 288 ресторанами на территории США, Крок выкупил долю братьев за 2,7 млн долларов. Он придерживался мнения о том, что залогом успеха является быстрое обслуживание покупателей, чтобы их накормить и зал тогда наполнится новыми потребителями [12, с. 60].

В 1961 году был принят широко известный символ компании – большая буква «М». Все сотрудники оделись в униформу, любой предмет в ресторане отличался символом компании. Тогда же Крок представил миру клоуна Рональда Макдональда, ставшим одним из любимых персонажей детей и рекламировавший сеть ресторанов «McDonald's» [2].

В этом же году была разработана полноценная инструкция для всех франчайзи для того, чтобы стандартизировать все процедуры в компании «McDonald's». Речь шла об инвентаризации, кассовых отчетах, рабочих графиках, прогнозах продаж, расчете дохода по продажам каждой категории продуктов, расчете объема затрат на производственные нужды. Но главным в

руководстве оставались принципы и технологии производства. Точно указывались процедуры разлития молочных коктейлей, жарки картофеля и приготовления гамбургеров. Инструкция давало такое понятие о качестве, какого никогда не существовало в предприятиях общественного питания. Именно Рэй Крок приложил большое количество усилий для того, чтобы в «Макдоналдсе» господствовала атмосфера всеобщей любви к чистоте [9, с. 102].

К 1961 году руководство компании «McDonald's» было готово создать «Университет гамбургерологии» с очными занятиями для подготовки кадров, которые улучшали работу ресторанов. Во время обучения знакомились и учили требования, которые касаются фарша и мясных котлет, картофеля и молочного коктейля. Изучалось актуальное оборудование, на котором объясняли принцип их работы, эффективность каждой установки. Чуть позже большинство конкурентов смогли понять плюсы и минусы аналогичного обучения. На сегодняшний день большая часть организаций сети быстрого питания имеют образовательные курсы. Но расходы на образовательную деятельность компании «Макдоналдс» колоссальны и не сравнятся ни с одной другой подобной компанией.

Крок собрал первую в индустрии быстрого обслуживания полную управленческую команду: юрисконсульт компании Том Кейси, бухгалтер Дик Бойлен, секретарь корпорации Джун Мартино, Рэй Крок, специалист по недвижимости и финансам Хэри Зоннеборн, директор по франчайзингу и пилот Дон Конли, эксперт по строительству и оборудованию Джим Шиндлер и вице-президент по производству Фред Тернер [10, с. 140].

Организация «Макдоналдс» в 1970 году сделала решающий шаг вхождения на международный рынок. На то время на мировом рынке занимали лидирующие позиции выдающиеся и солидные компании, которые осуществляли свою деятельность в сфере нефтепромышленности. Следовательно, компания быстрого обслуживания «Макдоналдс» не натолкнулась на мировой арене с серьезными соперниками и конкурентами.

В большинстве государств, где «Макдоналдс» начала строить рестораны и обслуживать гостей не присутствовали местные заведения общественного питания. Система предприятий быстрого обслуживания компании набирала обороты и процветала в ряду многих стран мира: Японии, Германии, Канаде, Австралии [12, с. 60-61].

С годами меню «McDonald's» сильно поменялось, добавились новые постоянные наименования: фишбургер, биг-мак, наггетсы, сладкий пирожок с повидлом и мак-маффин. Изобретение мак-маффина с яйцом заложило новую историю меню «McDonald's» – приготовление завтраков. Компании важны не новшества сами по себе, а гибкость реакции на рыночный спрос [9, с. 148-149].

В конце 1976 года в двадцати двух странах мира, включая США, работало 4177 ресторанов McDonald's. Этот год стал для нас особым периодом, поскольку именно в 1976 году корпорация преодолела несколько важнейших финансовых рубежей. Прежде всего, валовые продажи всех предприятий McDonald's превысили 3 миллиарда долларов, а доход корпорации превысил миллиард. Чистая прибыль компании после уплаты налогов составила более 100 миллионов, а собственный капитал достиг 500 миллионов долларов. Компания бурно росла и развивалась.

Значимый талант Рей Крока – это не только стандартизация вкусовых привычек людей в Америке, а создание мощнейшей компании, которая способна вести людей вперед. Владельцы франшиз, менеджеры корпорации и многочисленные поставщики продуктов и оборудования образовали систему, к 1987 году охватывавшую более 2000 независимых компаний. Система McDonald's при жизни своего основателя начала двигаться с ускоряющимся темпом, а после его смерти она продолжила набирать обороты.

Важнейшим делом для корпорации остается подготовка и обучение сотрудников. Каждый год около двух с половиной тысяч студентов посещают занятия по производственному процессу и менеджменту в

«Гамбургерском» университете в Америке. Не будет ошибкой считать компанию одним из крупнейших работодателей США [9, с. 176-177].

Одна из ценностей компании «Макдоналдс» – это образовательная деятельность сотрудников. «Макдоналдс» поддерживает национальные школы, отправляя менеджеров сотрудничать и проявлять наставничество на местах, создает образовательные, мотивирующие и основательные программы, которые стремятся улучшить грамотность, предупреждают и говорят о вреде наркотиков, алкоголя, стараются помочь особенным ребятам.

Количество ресторанов «Макдоналдс» выросло с 7300 (внутри страны) в 1986 году до приблизительно 8600 в 1990 году, и все же оказалось, что по такому показателю, как «посещение ресторанов», доля конкурентов – прежде всего принадлежащей компании «Пепси» сети «Тако Белл» и «Пиццы Хат» – выросла.

Подводя итог всему вышесказанному, можно отметить, сеть предприятий быстрого питания «Макдоналдс» является популярным и распространенным брендом, который знает весь мир. Имя компании и то что в него входит имеет огромный смысл, в который заложен вклад в развитие пищевой промышленности. «Макдоналдс» – это многолетняя история с многотысячным количеством сотрудников, которые не только предоставляют качественный сервис и обслуживание, но и развиваются с предоставленными возможностями от компании [11, с. 330-335].

1.2 Исторический опыт развития общественного питания в Российской Федерации

Пищевая промышленность России – отрасль российской промышленности, занимающаяся созданием готовых пищевых продуктов или полуфабрикатов, безалкогольных напитков и ликероводочной продукции. Пищевая и перерабатывающая промышленность образует системообразующую сферу экономики страны, формирующая

агропродовольственный рынок, продовольственную и экономическую безопасность [14, с. 116].

Предприятия пищевой промышленности являются самыми многочисленными в мире и содержат в себе межнациональные корпорации, и даже небольшие производственные организации. Их размер взаимосвязан с объемом и видом выпускаемой продукции, территориального расположения. Но в связи с тем, что повышен спрос на производственную продукцию, затраты большого количества производств окупаются в небольшие сроки, что показывает продуктивность данных предприятий пищевой промышленности.

Производство на предприятиях пищевой промышленности напрямую взаимосвязан с географическим фактором. Он способствует структуре, составу и особенности базирования предприятий в определенных государствах и регионах. Географический фактор охватывает число нескольких характерных особенностей: качество и состав сырьевой базы в отличительных географических условиях, классовые различия в качестве и количестве употребляемых продуктов, религиозные и этнические традиции потребления продуктов питания [13, с. 16].

Общественное питания – это удовлетворение необходимости людей в питании не дома, которое устроено на использовании общественного труда, позиционируется в виде отдельной форме хозяйственного функционирования и социального института. Такой вид питания имеет ряд плюсов и достоинств, по сравнению с домашней пищей и приготовлением ее:

- постоянный и регулярный контроль за выпускаемой продукцией и качеством еды. Это свидетельствует об обеспечении большого количества потребителей безопасной пищей;
- знакомство множества потребителей с новым образом жизни, культуры, этики, эстетики;
- способность применения узконаправленного общественного труда на основе новых технологий, прогрессивных типов организации

процесса обслуживания и производства. Этот метод помогает сберечь общественный труд, но повышает его производительность;

– способность применения технологических новшеств, научных исследований и знаний в сфере питания. Именно они помогают разнообразию составу потребляемой продукции, витаминному составу, энергетической ценности, что поддерживает и обеспечивает здоровый образ жизни населения.

С 1991 года в целом агропромышленном комплексе наступает застой развития. Налоговая, ценовая, кредитная политика, которая соблюдалась государством, подвела к уничтожению, разрушению большей части предприятий общественного питания. Резко снизился уровень питания граждан и уменьшилось количество выпускаемой продовольственной продукции.

Источники гласят, что главное оборудование и средства отрасли пищевой промышленности были испорчены больше чем на 50%, а их устарелость приближалась к отметке в 90%. Качество продукции ухудшалась в скором темпе, так же уменьшались объемы производства продуктов питания. В значительной мере такое сокращение объемов производства пищевой промышленности было связано с ослаблением традиционных хозяйственных связей с отечественной сырьевой базой, ставшим результатом процесса приватизации в отрасли, а также непосредственно с падением самого сельскохозяйственного производства. Как следствие, в середине 1990-х гг. стала остро ощущаться нехватка отечественного сырья, поэтому многие пищевые предприятия для заполнения своих мощностей вынуждены были наладить поставки импортного сырья, причем далеко не всегда высокого качества [26, с. 132].

Говоря о понятии «общественное питание», оно появилось в годы Первой мировой войны в России, позже в 1920-е годы сформировалось понятие «народное питание». Однако условное «рождение» термина «общественное питание» принято считать выделение торговли готовыми

блюдами из гостиничного дела в самостоятельный промысел – XVI век [6, с. 19].

В конце сороковых годов (1947 г.) были отменены продуктовые карточки, дифференциация норм питания по отраслям. Установлены равные условия хозяйствования для всех предприятий общественного питания. Специальным документом определены типы предприятий: фабрика-кухня; столовая; ресторан, кафе, чайная, закусочная.

20 февраля 1959 г. Центральный Комитет КПСС и Совет Министров СССР во исполнение решений XXI съезда партии приняли постановление «О дальнейшем развитии и улучшении общественного питания». Данный документ разрабатывался в контексте с партийной доктриной развернутого строительства коммунизма. В проекте Программы КПСС в качестве одной из стратегических была выдвинута задача: в первом десятилетии (1960-1970 гг.) предполагалось «расширение, до полного удовлетворения потребностей населения, сети общественного питания, в том числе столовых при предприятиях, учреждениях и крупных домах. Должно быть коренным образом улучшено обслуживание потребителей и качество продукции столовых с тем, чтобы обеды в столовых были вкусные и питательные и обходились семье дешевле, чем при домашнем приготовлении пищи. Снижение цен на продукцию общественного питания будет опережать снижение цен на продовольствие в торговой сети. Благодаря всему этому, общественное питание в течение 10-15 лет сможет занять преобладающее место по сравнению с питанием в домашних условиях. Во втором десятилетии начнется переход к осуществлению бесплатного общественного питания (обедов) на предприятиях и в учреждениях, и для занятых в производстве колхозников» [23].

В индустрии общественного питания в 1960-е годы сформировались молодежные кафе. В данных заведениях было соединено несколько занятий: уютный отдых, изучение современной культуры, питания. Молодежь в кафе общалась в легкой и непринужденной обстановке и употребляла вкусную

пищу. Подобные заведения были созданы для студентов, музыкальных коллективов, спортсменов, рабочих и ученых.

К сожалению, желания и потребности граждан повышались, а общественное питание отставал от них. Столовых на территории колхозов и совхозов не существовало, в большинстве кафе и столовых не хватало посадочных мест населению, которые установлены были нормативами. Существенно страдало качество предоставляемой, приготовленной продукции, оно не совпадало с положенными условиями содержания и готовки. В меню многих столовых, ресторанов и кафе было небольшое количество молочных, овощных, кондитерских и рыбных блюд, в которых нуждались граждане.

В середине XX века поднялся уровень образования и культуры советских людей, возросла численность рабочих и служащих в народном хозяйстве. Все это содействовало повышению потребности в услугах предприятий общественного питания. Спрос сильно ощущался на обеды со стороны рабочих, служащих, колхозников, учащихся техникумов, школ и студентов университетов. Число столовых, ресторанов и чайных увеличилось тогда на 66%. На тот момент в сфере общественного питания возникали проблемы в недостатке квалифицированных работников, отсутствие насыщения предприятий механическим, тепловым и другим оборудованием [11, с. 403-404].

В марте 1967 г. Совет Министров СССР и Центральный Комитет КПСС заключили постановление «О мерах по дальнейшему развитию и улучшению общественного питания», в котором нуждалась сфера общественного питания страны, далее было принято постановление «О мерах по дальнейшему развитию и улучшению общественного питания в РСФСР». Указанные постановления содержали в себе сочетание нескольких действий, помогающие развитию общественного питания:

- повышение количества раздаточных и столовых в цехах;

- благоустройство и строительство кафе, ресторанов на туристических маршрутах;
- увеличение сферы общественного питания около 2 тыс. мест;
- производство нового, актуального оборудования, посуды и кухонного инвентаря;
- рост культуры сервиса и обслуживания;
- определение корректных и удобных для посетителей часов работы столовых, кафе и ресторанов;
- использование продуктов собственного производства для понижения цен на выпускаемую продукцию;
- совершенствование питания пассажиров, которые путешествуют на авиационном или железнодорожном транспорте.

Представляемые действия властей были направлены на перспективный рост и качество индустрии общественного питания. В 1980-е годы в рассматриваемой области, национальной экономике и аграрной отрасли стали насущны вопросы научной и технической формы. Речь идет об отставании научно-технологического аспекта от промышленного других государств; сокращение продовольственных источников; возрождение активной коррупции; сокращение мотивации к трудовой деятельности; упадок социальной активности населения. Перечисленные процессы заставляли останавливать развитие пищевой промышленности и общественного питания. Хотя количество предприятий за это время повысилось, увеличилось количество мест заведениях, оборот набирал скорость и увеличение прибыли.

В социалистический период сложились устойчивые типы предприятий общественного питания – столовые, фабрики, кухни, чайные, закусочные, буфеты, рестораны, домовые кухни, заготовочные и доготовочные комбинаты питания, кафетерии, цехи бортового питания, вагоны-рестораны. По критерию собственности они разделялись на государственные – 80 %

(1990 г.) и кооперативные – 20 % (1990 г.), по степени доступности – 78 % с ограниченной доступностью и 22 % – общедоступные. По своей природе и функциональности это были социалистические предприятия.

До перестройки в Москве действовало примерно 6 тыс. закусочных. С распадом СССР их количество значительно сократилось. Западные конкуренты на рынке общественного питания и новорожденные сети быстрого питания пытались занять освободившуюся нишу. Индустрия общественного питания на момент распада СССР имела широкий потенциал в развитии, но и низкую культуру обслуживания в учреждениях общепита [8, с. 99].

Первый ресторан сети «McDonald's» открылся 30 января 1990 г. в Москве на Пушкинской площади. Для большинства жителей Москвы в тот период – это было не просто место общественного питания, а заведение, где есть возможность почувствовать себя жителем другой страны. В 1992 г. в России начал функционировать МакКомплекс для производства полуфабрикатов, производящий около 70 млн кг продукции в год. В 1993 г. были открыты второй и третий ресторан на Старом Арбате и Тверской улице.

Сеть ресторанов «McDonald's» в России продвигал Джордж Конох, который владел канадской сетью данных предприятий общественного питания. Именно он поднял вопрос об открытии сети ресторанов «McDonald's» с советскими представителями во время Олимпийских игр в Монреале в 1988 г. Привело к тому, что было подписано соглашение об открытии двадцати ресторанов в Москве. Московский ресторан в первый же год работы обслужил 50 миллионов человек – американский ресторан обслуживает столько народу за тридцать лет. Чтобы увидеть все это в перспективе, представьте себе, что за типичный месяц ресторан готовит 487 000 порций картофеля фри, 477 000 порций безалкогольных напитков, 390 000 порций молочного коктейля, 330 000 бигмаков и 227 000 пирожков с яблочной начинкой [11, с. 346].

Никто не знал, что вскоре после открытия московского ресторана «Макдоналдс» рухнет коммунистическая система, СССР прекратит существование и страну поразит серьезный дефицит продовольствия. Все это время московский «Макдоналдс» продолжал обслуживать своих клиентов.

В 1996 г. был построен ресторан в Санкт-Петербурге, отличительной чертой которого было открытие МакАвто, позволяющий заказать и получить еду, находясь в своем автомобиле [11, с. 61].

Особенно быстрые темпы роста количества посетителей отмечают среди предприятий – заведений «фаст-фуд» и пиццерий. Эти заведения пользуются популярностью у большинства населения за доступность и быстрое обслуживание. Скорейший рост современного рынка индустрии питания во многом обусловлен развитием фаст-фуда. Оно происходит за счет увеличения количества точек, расширения меню. Все больше появляется блюд, рассчитанных на потребителей с небольшими доходами. Основные бренды общественного питания сгруппированы по реализуемым товарным группам: бутерброды, пицца, цыпленок, бифштексы, национальные блюда [7, с. 98-99].

Современный этап в развитии общественного питания в России продолжается более 25 лет. За это время общепит претерпел кардинальные изменения. Сокращение предприятий общественного питания в 2 раза – со 182 тыс. единиц (1990 г.) до 91,6 (2015 г.), причем доля государственных предприятий снизилась с 80 % (1990 г.) до 12 % (2015 г.). Общий объем услуг общественного питания в сопоставимых ценах составил 78,7 % (2015 г.) к уровню 1990 г (100 %), а каждый житель страны в 2015 г. пользовался услугами общепита меньше на 22 %, чем в 1990 году. Резко, более чем в два раза, сократилось количество посадочных мест и количество занятых. Показатели свидетельствуют не просто об утрате достигнутых результатов, а о разрушении отлаженной советской социалистической системы общественного питания, созданной за предшествующие 70 лет [22].

Сильно изменилась структура предприятий общепита. Если в 1990 г. доля предприятий коммерческого сектора (рестораны, кафе, бары) в общей численности составляла 22 %, то в 2015 г. – 90 % [21]. Сегодня этот открытый коммерческий сектор общепита, в силу дисбаланса цен на питание и доходов населения, стал недоступным широким слоям населения. Если в 1990 г. средний чек посещения ресторана, кафе составлял 1,5-2% от средней зарплаты, то сегодня он составляет 5-7%. В коммерческом секторе сформировался тонкий слой общепита (рестораны, бары, кафе) премиум-класса, доступный только узкому кругу лиц, обладающих сверхдоходами.

Говоря о деятельности предприятий общественного питания в 2019 г., в год всероссийской переписи населения, мы можем наблюдать, что число зарегистрированных государством организаций индустрии общественного питания составляет 61,9 тыс., среднегодовая численность работников предприятий – 397,4 тыс. человек, которые получали среднемесячную заработную плату в размере 25462 руб. Валовая прибыль организаций насчитывает 109, млрд. рублей, а оборот предприятий, не относящихся к субъектам малого и среднего бизнеса составляет 629000, 1 млн рублей. Объем оборота (в фактически действовавших ценах) равнялся 768, 5 млрд. рублей. Следовательно, можно сделать вывод о том, что большую часть прибыли приносят крупные сети общественного питания. За ними последует субъекты среднего, малого и индивидуального предпринимательства в сфере индустрии общественного питания [24, с. 439].

Приведенные статистические данные в работе, касающиеся организаций общественного питания в 1991 г. и 2019 г. позволяют установить, что на протяжении данного периода заведения общественного питания увеличивают с каждым годом валовую прибыль и товарооборот. Так же повышается количество сотрудников, работающих в этой сфере. Индустрия общественного питания энергично занимает свободные площадки для реализации своего объема услуг, тем самым развиваясь на территории Российской Федерации. По критерию собственности они разделялись на

государственные – 80 % (1990 г.) и кооперативные – 20 % (1990 г.), по степени доступности – 78 % с ограниченной доступностью и 22 % – общедоступные. По своей природе и функциональности это были социалистические предприятия.

На рынке общепита активно внедряются предприятия различных форматов национальных и международных сетей с жесткими стандартами логистики ресурсов, качества производства и качества обслуживания. Укрепляется персонал общепита посредством корпоративной и государственной профессиональной подготовки, тщательного отбора, мотивации к труду, материальных и моральных стимулов. Кардинально меняется облик зданий, внутренний интерьер ресторанов, кафе, баров, оборудование залов функциональной мебелью, аудио и видеоаппаратурой, формируется индустрия гостеприимства [21, с. 34-36].

Глава 2 Современное состояние отрасли общественного питания на примере ООО «Макдоналдс»

2.1 Процесс обслуживания и производства на предприятии быстрого обслуживания ООО «Макдоналдс»

Анализ развития общественного питания в России демонстрирует, что одной из основных его тенденций на современном этапе является расширение сети предприятий быстрого обслуживания. По темпам роста заведения быстрого обслуживания в России значительно опережают другие формы организаций общественного питания.

Согласно ГОСТ Р 50762-2007 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания», предприятие быстрого обслуживания – это организация общественного питания, реализующее узкий ассортимент продукции, изделий, напитков несложного изготовления, из полуфабрикатов высокой степени готовности, и обеспечивающее минимальные затраты времени на обслуживание потребителей. Предприятия быстрого обслуживания размещаются в местах интенсивного движения и массового скопления потребителей: в торговых комплексах и центрах (зоны ресторанных двориков), кинотеатрах, на центральных улицах и площадях, в зонах отдыха.

Предприятия быстрого обслуживания имеют отличительные характеристики. К ним относится: меню с малым количеством наименований, их количество не бывает больше 40 видов; 260 рублей – средний чек, который является небольшим; разогрев полуфабрикатов происходит сразу перед выдачей посетителю; на предприятиях не продаются сигареты и алкоголь; потребитель может со стороны наблюдать процесс приготовления, чтобы убедиться в правильности стандартов санитарии; быстрое обслуживание, которое укладывается в пару минут, а гость заведения чаще всего находится в нем примерно 30 минут.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что плюсами заведений быстрого обслуживания – это комфорт посещения, экономия свободного времени и экономия [1, с. 138-139].

Компания «Макдоналдс» сегодня по праву занимает ведущее место в системе фаст-фуда, которая уверенно потеснила отечественные предприятия быстрого питания.

Корпорация «Макдоналдс» руководится по системе франчайзинга. Деятельность компании заключается в том, чтобы предоставлять посетителям услуги в сфере общественного питания и быстрого обслуживания. В г. Москва находится центральный офис ООО «Макдоналдс». В том же городе появился в России первое предприятие данной организации. В 2019 году функционирует и радует гостей 25 ресторанов «Макдоналдс» в Самарской области (Приложение А).

Самыми главными функциями ресторана предприятия «Макдоналдс» – удовлетворение желаний гостей в полноценном питании, создание благоприятных условий для получения положительных эмоций от посещения ресторана.

В предприятии № 25127 Ново-Вокзальная, которое находится по адресу: г. Самара, ул. Ново-Садовая, д. 325А трудятся 78 сотрудников, несомненно, каждый из них вносит свой труд в обслуживание гостей. В компании «Макдоналдс» начинают свою профессиональную деятельность студенты, которые учатся или люди, которые уже имеют образование. Например, сотрудник может получать образование в университете по специальности архитектор и одновременно работать в компании «Макдоналдс» инструктором по обучению. Работая в компании, которая имеет мировое имя в сети общественного питания, большинство сотрудников получают нужные профессиональные навыки, которые актуальны для многих профессий: мобильность, умение общаться с абсолютно разными людьми, работать в коллективе и команде, правильно организовывать свое время.

Лидер быстрого обслуживания в сфере питания «Макдоналдс» имеет строгие требования для организации действительно быстрого обслуживания, руководство и все сотрудники отслеживают срок годности и качество полуфабрикатов и продукции. Организация «Макдоналдс» имеет определенные стандарты качества, которые соблюдаются на ежеминутной основе.

Бургеры готовятся на заказ. Обжаренное мясо хранится в УНС-кабинете (шкаф, сохраняющий подходящую температуру для готовых полуфабрикатов). УНС-кабинет автоматически сигнализирует о том, что срок хранения полуфабриката истек. Здесь идет речь о котлетах из говядины, куриной продукции, рыбы, сырных палочек. Далее приготовленная продукция может лежать на столе ОАТ (металлический нагреваемый стол для хранения сэндвичей) не более 10 минут, картофель фри – 5 минут, пирожки – 1,5 часа в подогреваемом шкафу, после чего непроданные наименования должны быть списаны и выброшены.

За процессом производства, в первую очередь, следит управляющий кухни, поэтому причина ухудшения здоровья от продукции компании с «золотыми арками» минимальна.

Большое количество требований к оборудованию, посуде, бадейкам, инвентарю, дезинфицирующей обработке поверхностей предъявляются в каждом ресторане «Макдоналдс». Поэтому предприятия данной компании планируются так, чтобы не встречались или пересекались готовый продукт или полуфабрикат. Каждый сотрудник знаком с понятиями «перекрестное заражение», «аллергены». Предприятия общественного питания регулярно проходят проверки, соответствующие санитарно-гигиеническим требованиям.

В каждом ресторане «Макдоналдс» есть несколько сфер деятельности, которые все одновременно направлены на обслуживание гостей. Сотрудники работают на кухне, на прилавке, в зале, на автораздаче или доставке.

Большинство работников совершеннолетние, но есть несовершеннолетние сотрудники, которым запрещено работать за кассой, так как это противоречит политике компании и трудовому законодательству РФ.

За каждым участком производства или обслуживания стоит ответственный сотрудник – менеджер, который является руководителем работы, осуществляемой сотрудниками в определенной зоне. В задачи менеджера входит управление персоналом, постановка задач сотрудникам для достижения целей по бизнес-показателям, в которые входят не только численные показатели, но и дружелюбное и уважительное отношение к гостям.

Есть сотрудники, которые работают на прилавке, они так же стоят за кассой и ответственны за деньги. Чаще всего это ответственные люди, так как они являются лицом компании. Именно они встречают гостя и первым обслуживают его. Большинство сотрудников на данной позиции демонстрируют свое дружелюбное и уважительное отношение к посетителям, хотя и не всегда гость отвечает взаимной доброжелательностью.

Другие сотрудники, работающие на прилавке большинство мобильны, умеют стоять на всех позициях. За каждым из них закреплена обязанность. Первый собирает заказы, второй организовывает картошку, третий наливает напитки и делает десерты. Командная работа имеет важное значение в деятельности компании.

В работе обслуживания гостей задействованы сотрудники, которые разносят заказы гостям за столы. Задача данных работников заключается во взаимодействии с гостями, чтобы улучшить сервис, предлагаемый компанией.

Иногда складывается ситуация, что работнику еще нет 18-ти лет. Но он может работать 7 часов в день (со справкой о каникулах с учебного заведения), то он работает на кухне или на прилавке собирает заказы, доставку, помогает гостям в зале.

Приготовление картофеля происходит в зоне прилавка, где фасуют картошку по-деревенски или фри. При большом потоке гостей на данной станции стоит два человека, чтобы успевать жарить и фасовать, так как картофель один из самых востребованных продуктов в ресторане.

Уверенно можно сказать о том, что процесс работы на кухне физически тяжелее, если сравнивать с работой на прилавке или макавто. Весь груз производства ложится на плечи кухонных работников, когда заходит большое количество посетителей. Работа мобильна из-за разных позиций.

Кухня предприятия общественного питания «Макдоналдс» выглядит как две-три линии, на которых готовятся продукция. Приготовление продукции построено на конкретной последовательности соблюдения стандартов от начала до конца приготовления сэндвичей.

Существует несколько рабочих мест:

- грильщик – сотрудник, который жарит крупное и мелкое мясо, то есть котлеты и доставляет их в УНС-кабинет;
- сотрудник, который работает на фритюре – он жарит куриную продукцию, рыбу, креветки, сырные палочки и пирожки и доставляет их в УНС-кабинет;
- инициатор – работник, к которому на экране поступают заказы гостей, и он вкладывает определенные булочки в тостер;
- заправщик – сотрудник, заправляющий сэндвичи различными ингредиентами, соответствующие рецепту;
- сборщик – работник, осуществляющий сбор сэндвича или насыпаемой продукции (наггетсы, куриные крылья, сырные палочки, креветки) и отправляющий ее уже на подогреваемый стол ОАТ для сбора полноценного заказа для гостя.

Важно отметить, что сотрудники, стоящие на позиции гриль и фритюр, следят за количеством продукции, которую нужно пожарить по конкретному монитору, где уровень продукта меняется каждые 15 минут в связи с количеством гостей.

Во всех ресторанах компании трудиться работник в зале. Сотрудник моет полы в зале и туалете, убирает территорию от мусора на улице, убирает подносы за гостями. Большинство посетителей обращаются к этому сотруднику за помощью с тем или иным вопросом. Существует должность, которая помогает разобраться со многими проблемами гостя во время «наплыва гостей» – Лидер гостеприимства. Именно он поможет, сориентирует по ассортименту блюд или сможет помочь в непростой ситуации.

Одна из важных должностей в работе на этаже является сотрудник доставки. Он укомплектовывает полностью запасы продуктов в зоне производства и обслуживания для исправной работы предприятия. Большинство из этих крупных ребят помогают на кухне во время посещения предприятия большого количества гостей.

Большинство сотрудников успешно справляются с обучением и работой на определенном участке, вскоре его обучают еще на такие позиции, как: работник кассовой комнаты, лидер гостеприимства, эксперт по качеству, работник команды Макавто. Работник кассовой комнаты имеет название «манирум». Данная должность связана с пересчетом и учетом денег, которые заработаны кассирами на макавто или на прилавке. Чаще всего сотрудники манирум – это девушки, которые они внимательны и ответственны.

Макавто – это способность посетителя сделать заказ и получить его, не выходя из машины. На данной позиции работают очень способные и быстрые сотрудники, так как успешное обслуживание гостей заключается не только в хорошем качестве продукции, но и скорости обслуживания. Работа на автораздаче очень динамичный процесс, он связан со скоростью, с которой едут машины. Сотрудники работают сообща, через наушники. Это помогает повысить качество обслуживания и избежать неприятных ситуаций.

На обучении на всех участках ресторана (доставка, прилавки, кухня, автораздача) задействованы главные специалисты по обучению – это инструктора. Они пополняют копилку знаний сотрудника, который только

устроился на работу. Большинство сотрудников по истечении времени становятся универсалами, то есть обученными на всех позициях. Универсальные работники очень ценны для компании [5].

Важно отметить, что качество и скорость обслуживания отслеживается не только в количественных показателях на предприятии, но и любой посетитель может оставить отзыв о впечатлениях обслуживания и качестве предоставленной продукции компании «Макдоналдс». Есть несколько средств, чтобы посетитель смог поделиться отзывом о посещении ресторана: телефон горячей линии, официальный сайт votchtoskazu.rf, книга «Жалоб и предложений». С сайтом votchtoskazu.rf дал возможность познакомиться директор ресторана №25127 Ново-Вокзальная. Мы видим, что отзыв гостя отслеживается по нескольким показателям и в процентном соотношении (Приложение Б). Отзывы, полученные за февраль 2022 года представляют следующие показатели:

- точность – 94,87%,
- дружелюбие – 94,87%,
- чистота – 97,44 %,
- качество – 92,31%,
- скорость – 92,31%.

Руководство компании уделяет значительное внимание отзывам посетителей. На их основе ежедневно проводится работа, чтобы с каждым посещением обслуживание становилось лучше.

Таким образом, предприятия общественного питания «Макдоналдс» нацелены на быстрое обслуживание гостей, предоставляя качественную готовую продукцию. Компания ставит на первое место гостя, обеспечивая ему вкусную, свежую, горячую еду и быстрый сервис в условиях современности. Ежегодно компания «Макдоналдс» открывает новые рестораны в России и повышает стандарты работы в индустрии общественного питания.

2.2 Изменения структуры персонала и характеристика системы оплаты труда на предприятии ООО «Макдоналдс»

Компания «Макдоналдс» является обществом с ограниченной ответственностью и соблюдает трудовое законодательство РФ. Именно трудовой кодекс Российской Федерации дает основу для кадровой политики «Макдоналдс». В каждом предприятии формируются правила трудового распорядка, инструкция по соблюдению правил техники безопасности, устав компании, штатное расписание и правовые акты. Так же оформляются и хранятся личные дела каждого сотрудника, медицинские книжки и трудовые. Одним из главных направлений деятельности компании является кадровая политика, которая обладает огромной значимостью для организации. Лидер сети общественного питания «Макдоналдс» делает очень много для развития работников, которое направлено на совершенствование своей трудовой деятельности, стимулирование к получению премий и наград, отсутствие дисциплинарных нарушений и стремление к поддержанию образа жизни, помогающий поддерживать здоровье. В основном персонал на работу на начальную должность «работник ПБО» набирается через рекламные пикеты, СМИ. А руководящий состав компании формируется из сотрудников, которые не первый год работают уже в «Макдоналдс» и демонстрируют успехи в профессиональной деятельности. Высшей должностью в каждом предприятии является директор, им руководит консультант по производству (Приложение В). В обязанности директора входит огромное множество функций, так как он является руководителем ресторана:

- контролирует производство, обслуживания полностью всего предприятия;
- следит за достижением целей, которые поставлены руководством выше;
- заключает трудовые отношения с кандидатами на работу в компании;

- следит за исполнением приказов и распоряжений, распространенных на данное предприятие;

- определяет отношения с подрядчиками и следит за исполнением обязанностей обеих сторон.

Еще одна важная должность в руководстве – это ассистенты директора ПБО. В предприятии «Макдоналдс» ассистенты директора работают не только в сфере обслуживания и производства, но и заведуют внутренними процессами ресторана:

- заменяют директора ПБО в случае его отсутствия;
- ведут учет оборудования и инвентаря, ведут списание и подсчет продукции;

- следят за работой своего департамента (область развития) и контролируют их функциональность. Здесь идет речь о процессе работы Макдоставки, Маккафе, Макавто, обслуживания за столами;

- составляют расписание работникам и инструкторам.

В процессе прохождения практики в ООО «Макдоналдс» 25127 Ново-Вокзальная удалось задать вопросы, касающиеся работы в предприятии быстрого обслуживания, ассистенту директора ПБО, Александру Маштакову, который работает в компании более 15 лет (Приложение Г). В каждом отдельном предприятии работает сменный техник для устранения технических неполадок с оборудованием. Он несет ответственность за электрохозяйство и теплохозяйство ПБО, проводит мероприятия по экономии и снижению потребления энергоресурсов, представляет интересы компании в контролирующих и инспектирующих инстанциях, составляет план-график ремонтных работ на год, учитывая затраты. В числе штатного расписания находится специалист отдела кадров, который имеет следующие обязанности: оформление приказов во приеме, увольнении, переводе, взысканиях и поощрениях; оформление трудовых договоров и соответствующие пакеты документов с новыми работниками; составлять и

оформлять графики очередных отпусков работников; обеспечение наличия оформленных медицинских книжек сотрудников; вести прием, регистрацию, оформление и архивирование листков нетрудоспособности [27].

Активными участниками обслуживания гостей и контроль производства осуществляют менеджеры. Каждый из них управляет персоналом и соблюдает правильность процедур отдельного участка (кухня, прилавок, макавто). В их обязанности входят так же предотвращение сложных и конфликтных ситуаций с посетителями предприятия; обеспечение сотрудников корректирующей и обратной связью для улучшения бизнес-показателей и работы в целом. Сотрудники, занимающие руководящие должности в течение года должны два раза подтверждать свою квалификацию. Данная система касается руководящих должностей в предприятии (директор ресторана, ассистент директора, менеджеры, сменный техник, специалист отдела кадров). Каждый из перечисленных имеют индивидуальные цели на каждые полгода, в конце периода вышестоящий руководитель ставит оценку и делает анализ достигнутых результатов, соответствуя которой выплачивается премия сотруднику.

У работников предприятий и инструкторов по обучению другая система оценивания и контроля их работы. Для вновь принятых совершеннолетних сотрудников назначается испытательный срок – 2 месяца. В это время проходит обучение сотрудника, ассистенты директора и менеджеры наблюдают за кандидатом в процессе работы, сотрудник имеет право предупредить об увольнении за 3 рабочих дня, если ему не подойдут условия работы. Работникам, которые только устроились на работу, заводится личное дело, в котором заложены копии документов, персональные данные. Так же создается файл с указанием номера работника и его имени, в нем хранится вся информация о дисциплинарных взысканиях, обучении, наградах. Работа любого сотрудника оценивается в контрольном листе наблюдения (КЛН), где указана корректирующая или похвальная обратная связь по поводу работы сотрудника на определенной станции

(Приложение Д). Изучая работу предприятия ООО «Макдоналдс» 25127 Ново-Вокзальная изнутри, можно с уверенностью утверждать, что международная организация «Макдоналдс»:

- гарантирует стабильность и защищенность сотрудников, так как осуществляется официальное трудоустройство в соответствии с Трудовым кодексом РФ, своевременная выплата заработной платы, уплачиваются все налоги;

- предлагает возможность выбрать предприятие недалеко от дома или места учебы;

- предоставляет возможность выбора удобного графика работы для сотрудника;

- обеспечивает всех сотрудников бесплатным питанием, бесплатными двумя комплектами униформы, комнатами отдыха;

- вне зависимости от возраста каждому работнику предоставляет возможность продвигаться по карьерной лестнице, повышая квалификацию, для этого создана система обучения на рабочем месте, а также в корпоративном университете Hamburger University;

- развивает навыки, которые пригодятся в жизни вне зависимости от профессии и места работы. Для этого мы создали платформу для вебинаров – секретылидерства.рф, она открыта для всех, кому интересно как грамотно планировать время, вести себя в конфликтных ситуациях, общаться с гостями и коллегами;

- проводит для работников командообразующие мероприятия профессиональные конкурсы;

- создает комфортную обстановку и дружественную атмосферу, общаемся на «ты», соблюдая субординацию, празднуем достижения и повышения в должности, отмечаем дни рождения, чтобы работа в «Макдоналдс» доставляла удовольствие.

Необходимо подчеркнуть, что на официальном сайте компании «Макдоналдс» опубликованы факты, касающиеся их деятельности:

- компания обеспечила значительный объем инвестиций в экономику России. Суммарный объем инвестиций «Макдоналдс» в России превышает \$2,5 млрд, при этом среднегодовой рост инвестиций составляет около 14%;

- «Макдоналдс» в России – это самый крупный налогоплательщик в индустрии общественного питания. На долю компании приходится около 25% всех налоговых поступлений в индустрии общественного питания;

- внедрена единая система контроля качества у поставщиков, на распределительных центрах и на предприятиях «Макдоналдс». В течение 3-4 часов можно отследить источник происхождения любого продукта;

- каждый год «Макдоналдс» в России инвестирует 250 млн рублей в обучение и развитие сотрудников;

- «Макдоналдс» входит в топ-10 лучших работодателей для женщин рейтинга Forbes. Доля женщин на высокооплачиваемых административных позициях в компании (ведущие специалисты, менеджеры, консультанты) составляет от 67% до 90% [12].

Результаты изучения материала дают представление о работе конкретной сети общественного питания «Макдоналдс». Компания «Макдоналдс» сегодня по праву занимает ведущее место в системе фаст-фуда, которая уверенно потеснила отечественные предприятия быстрого питания.

В главе рассматривается не только процесс обслуживания посетителей и процесс производства, но и кадровая политика компании. «Макдоналдс» уделяет особое внимание развитию сотрудников, их профессиональным навыкам.

Заключение

Исследование развития пищевой промышленности в Российской Федерации в период с 1991 г. по 2019 г. на основе источников и соответствующей литературы позволило прийти к следующим выводам и наблюдениям.

При решении задачи рассмотрения процесса образования и формирования предприятий быстрого питания на примере компании «Макдоналдс» в работе был проведен анализ возникновения сначала в США компании «Макдоналдс», во главе которой находился Рей Крок. Именно с этим именем связана идея создания единой сети ресторанов с едой высокого качества и одинаковыми методами ее приготовления. Концепция работы, которая заключалась в преимуществах компании «Макдоналдс» – улучшение продукции, налаживание определенной системы работы с поставщиками, совершенствование зданий ресторанов, создание штата для обучения франчайзи и осуществления контроля за деятельностью ресторанов на местах.

Важным для исследования является открытие первого ресторана «Макдоналдс» в Москве на Пушкинской площади 30 января 1990 года. Московский ресторан в первый же год работы обслужил 50 миллионов человек – американский ресторан обслуживает столько народу за тридцать лет. Никто не знал, что 26 декабря 1991 года рухнет коммунистическая система, СССР прекратит существование и страну поразит серьезный дефицит продовольствия. Все это время московский «Макдоналдс» продолжал обслуживать своих клиентов. Компания развивается, в Российской Федерации распахивают свои двери рестораны с обслуживанием «Макавто», в 1995 году создается благотворительный фонд «Дом Роналда Макдоналда», который оказывает помощь нуждающимся детям.

Приведенные статистические данные в работе, касающиеся организаций общественного питания в 1991 г. и 2019 г. позволяют

установить, что на протяжении данного периода заведения общественного питания увеличивают с каждым годом валовую прибыль и товарооборот. Также повышается количество сотрудников, работающих в этой сфере. Индустрия общественного питания энергично занимает свободные площадки для реализации своего объема услуг, тем самым развиваясь на территории Российской Федерации.

В советский период сложились устойчивые типы предприятий общественного питания – столовые, фабрики, кухни, чайные, закусочные, буфеты, рестораны, домовые кухни, заготовочные. Большая часть из них принадлежали государству и по функциональности это были социалистические предприятия.

В ходе исследования удалось понять, что с 1991 г. по 2019 г. сети общественного питания постепенно меняют концепцию работы. В многоликую сферу общественного питания входят предприятия отличных форматов мировых и национальных сетей с конкретными стандартами и процессом логистики, качества обслуживания и производства. Важно отметить, что повышается уровень профессиональной подготовки сотрудников общепита, укрепляется мотивация к труду и желания развиваться в данной сфере. Люди, работающие в общепите, нацелены на достижение профессиональных целей для материального блага и повышения по карьерной лестнице.

ООО «Макдоналдс» в 2019 году – это лидер быстрой еды, который оттеснил национальные предприятия быстрого питания в Российской Федерации.

Собственные наблюдения и изучение работы предприятия быстрого обслуживания «Макдоналдс» 25127 Ново-Вокзальная, расположенного по адресу: г. Самара, ул. Ново-Садовая, д. 325А, позволяют сделать следующие выводы:

- действительно большое внимание уделяют соблюдению санитарно-гигиеническим нормам при приготовлении продукции, поэтому вероятность отравления в данных условиях очень мала;
- важным приоритетом в работе «Макдоналдс» является дружелюбное и уважительное отношение к гостям;
- предприятие отслеживает уровень обслуживания по оставленным отзывам гостей, на основе которых улучшает свою работу;
- компания способствует развитию своих сотрудников, помогает вырасти до руководящей должности из начальной должности работника;
- в каждом ресторане «Макдоналдс» действующими руководящими должностями являются директор, ассистенты директора, сменный техник и специалист отдела кадров;
- в работе с кадрами компания руководствуется Трудовым кодексом Российской Федерации и Уставом ООО «Макдоналдс»;
- имя «Макдоналдс» и то, что за ним стоит, открывает множество дверей для роста компании и сотрудников, делает значительный вклад в развитие индустрии общественного питания.

Таким образом, в дипломной работе проведен исторический анализ развития пищевой промышленности в Российской Федерации с 1991 по 2019 г. Он позволяет утверждать, что появление предприятий быстрого обслуживания – это предоставление потребителям быстро приготовленных блюд хорошего качества и новый формат оптимизированного обслуживания, которое раньше не встречалось в России.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Антонова А. Б., Пятковская Е. Ю. Разработка методики оценки качества услуг предприятий быстрого обслуживания // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2012. №2. С. 137-143.
2. Богуславский И. Н. Американский успех: Люди и символы. М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. 252 с.
3. ГОСТ 30389-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и их требования. М. : Стандартинформ, 2014. 13 с. [Электронный ресурс]. URL: <https://gost-30389-2013-catering-services-catering-classification-and-general-requirements.pdf> (дата обращения: 01.01.2022).
4. ГОСТ Р 55889-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги общественного питания. Система менеджмента безопасности продукции общественного питания. М. : Стандартинформ, 2015. 51 с. [Электронный ресурс]. URL: [4293764775.pdf](https://gost-55889-2013.pdf) (дата обращения: 01.01.2022).
5. Джум Т. А. Современные формы обслуживания в ресторанном бизнесе: Учебное пособие. М. : Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. 528 с.
6. Долгих Е. В. К истории повседневности : развитие общественного питания в России в XVI-XX вв. // Вестник Московского университета. 2019. №2. С. 17-63.
7. Захарова И. И., Крылова Р. В. История развития заведений фаст-фуда в России // Инновационная наука. 2016. № 3-1. С. 98-102.
8. Ильющенко Д. В. Общественное питание в СССР в 1941-1965 гг.: вектор – эволюции // Молодой ученый № 2. 2015. № 82. С. 402-406.
9. Крок Р. А. McDonald's. Как создавалась империя / Пер. с англ. С. Кривошеиной М. : Альпина Паблишер, 2012. 234 с. [Электронный ресурс].

URL: <https://kniga.biz.ua/pdf/1234-McDonald's.pdf> (дата обращения: 01.01.2022).

10. Лав Д. Ф. McDonalds. О чем молчит БИГМАК? / Пер. с англ. А. Куряевой. М. : Эсмо, 2007. 542 с.

11. Макдоналдс в России. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://mcdonalds.ru/> (дата обращения: 01.01.2022).

12. Малышкина Е. А. Становление и развитие империи McDonalds // Социально-экономические явления и процессы. 2008. № 4. С. 59-62.

13. Магомедов М. Д., Заздравных А. В., Афанасьева Г. А. Экономика пищевой промышленности: учебник. М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. 232 с.

14. Михалева Е. В., Ренев Е. А. История развития технологии и техники пищевых производств: учеб. пособие для студентов вузов. Пермь : Изд-во, 2017. 125 с.

15. Народное хозяйство в СССР в 1990 г. : Статистический ежегодник. [Электронный ресурс]. URL: https://istmat.org/files/uploads/433/narodnoe_hozyaystvo_sssr_v_1990_g.pdf (дата обращения: 01.01.2022).

16. Народное хозяйство РСФСР в 1961 году : стат. ежегодник. М. : Госстатиздат, 1962. С. 469, 473, 476, 498.

17. Народное хозяйство РСФСР в 1990 году : стат. ежегодник. М. : Госстатиздат, 1991. С. 154, 183, 185, 189.

18. Народное хозяйство РСФСР за 60 лет : стат. ежегодник. М. : Госстатиздат, 1977. С. 245, 258, 259.

19. Народное хозяйство РСФСР за 70 лет : стат. ежегодник. М. : Госстатиздат, 1987. С. 322, 496.

20. Новиков С.В. Зарубежный опыт развития предприятий быстрого питания // Российское предпринимательство. 2006. Т. 7. № 8. С. 59-62.

21. Попов Д. А. Общественное питание: советская организация // Вестник Хабаровской государственной академии экономики и права. 2017. № 3. С. 123-125.

22. Попов Д. А., Парыгина Г. С. Общественное питание современной России: утраты и приобретения // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. 2019. № 1. С. 34-44.

23. Программа Коммунистической партии Советского Союза // Материалы XXII Съезда КПСС. М. : Госполитиздат, 1961. С. 393.

24. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник / Гос. ком. Рос. Федерации по статистике (Госкомстат России). М. : Гос. ком. Рос. Федерации по статистике, 2012. [Электронный ресурс]. URL: https://www.gks.ru/free_doc/doc_2012/rus12.pdf (дата обращения: 01.01.2022).

25. Российский статистический ежегодник. 2020 : Стат. сб. М. : Росстат, 2020. 700 с.

26. Садекова Н. Х. Исторический опыт развития пищевой промышленности // История и политика. Антикризисная стратегия. Опыт и Современность. 2016. 147 с.

27. Скоро здесь будет работа. Сайт для поиска вакансий и трудоустройства. [Электронный ресурс]. URL: <https://rabotavmcdonalds.ru/> (дата обращения: 01.01.2022).

Приложение А
Адреса подразделений

№ подразделения	Адрес
1	Макдоналдс, Самара, Московское ш., 25А
2	Макдоналдс, Самара, Красноармейская ул., 131
3	Макдоналдс, Самара, ул. Дыбенко, 30
4	Макдоналдс, Самара, Полевая ул., 15
5	Макдоналдс, Самара, Аэродромная ул., 47Б
6	Макдоналдс, Самара, Московское ш., 81Б
7	Макдоналдс, Самара, Московское ш., 205
8	Макдоналдс, Самара, Революционная ул., 64А
9	Макдоналдс, Самара, Южное ш., 5
10	Макдоналдс, Самара, Московское шоссе, 24-й километр, 5
11	Макдоналдс, Самара, Аэродромная ул., 47А
12	Макдоналдс, Самара, Ново-Садовая ул., 160М
13	Макдоналдс, Самара, просп. Кирова, 391Б
14	Макдоналдс, Самара, ул. Стара Загора, 142Г
15	Макдоналдс, Самара, просп. Кирова, 147
16	Макдоналдс, Сызрань, просп. 50 лет Октября, 24Е
17	Макдоналдс, Тольятти, ул. 40 лет Победы, 69
18	Макдоналдс, Тольятти, ул. Победы, 29
19	Макдоналдс, Тольятти, Автозаводское ш., 6
20	Макдоналдс, Тольятти, ул. Громовой, 25А
21	Макдоналдс, Тольятти, ул. Льва Яшина, 14
22	Макдоналдс, Новокуйбышевск, просп. Победы, 34А
23	Макдоналдс, Поселок Придорожный, Николаевский просп., 1А, жилой район Южный Город - 1
24	Макдоналдс, Жигулевск, Московское ш., 18
25	Макдоналдс, Самара, ул. Ново-Садовая, д. 325 А

Рисунок А.1 – Адреса подразделений

Приложение Б

Общий анализ качества обслуживания

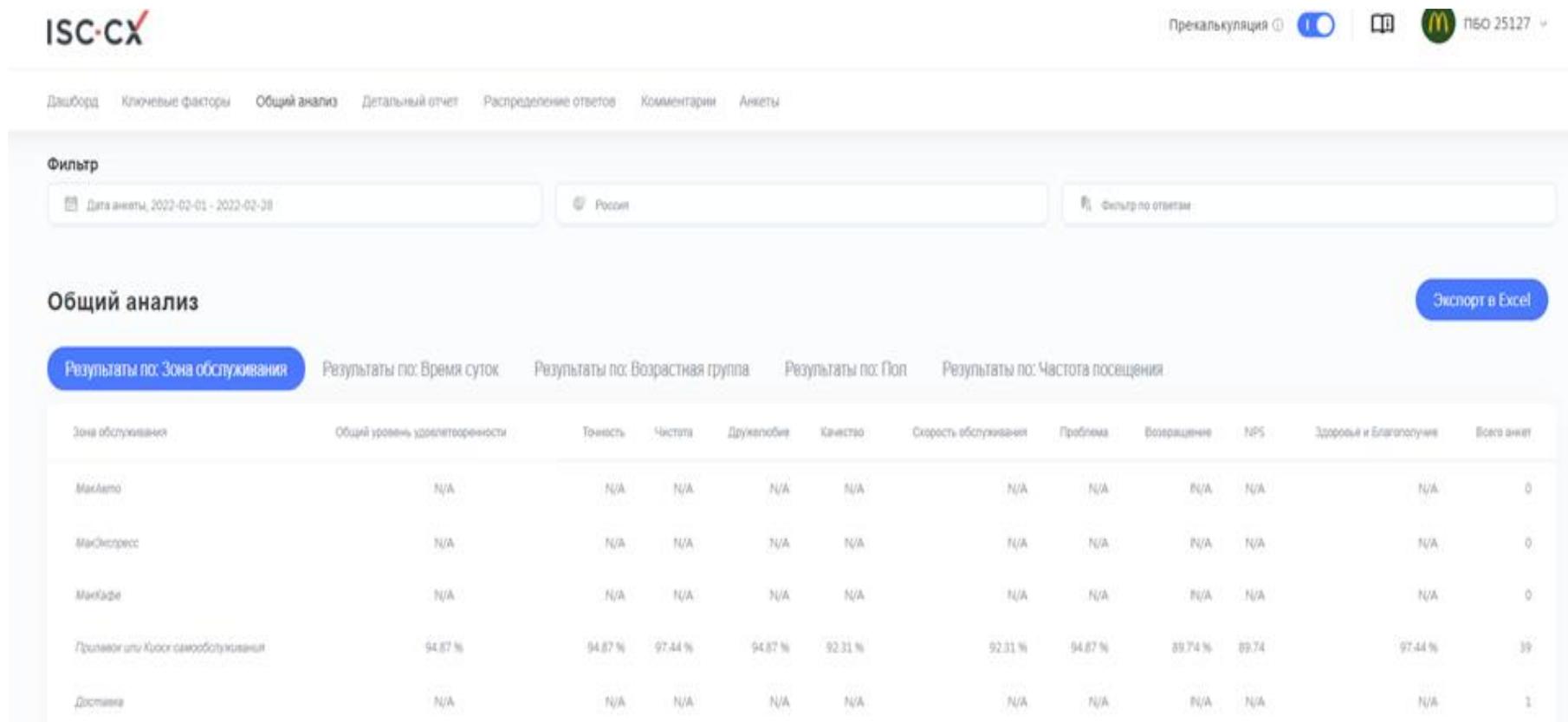


Рисунок Б.1 – Общий анализ качества обслуживания

Приложение В
Схема управления

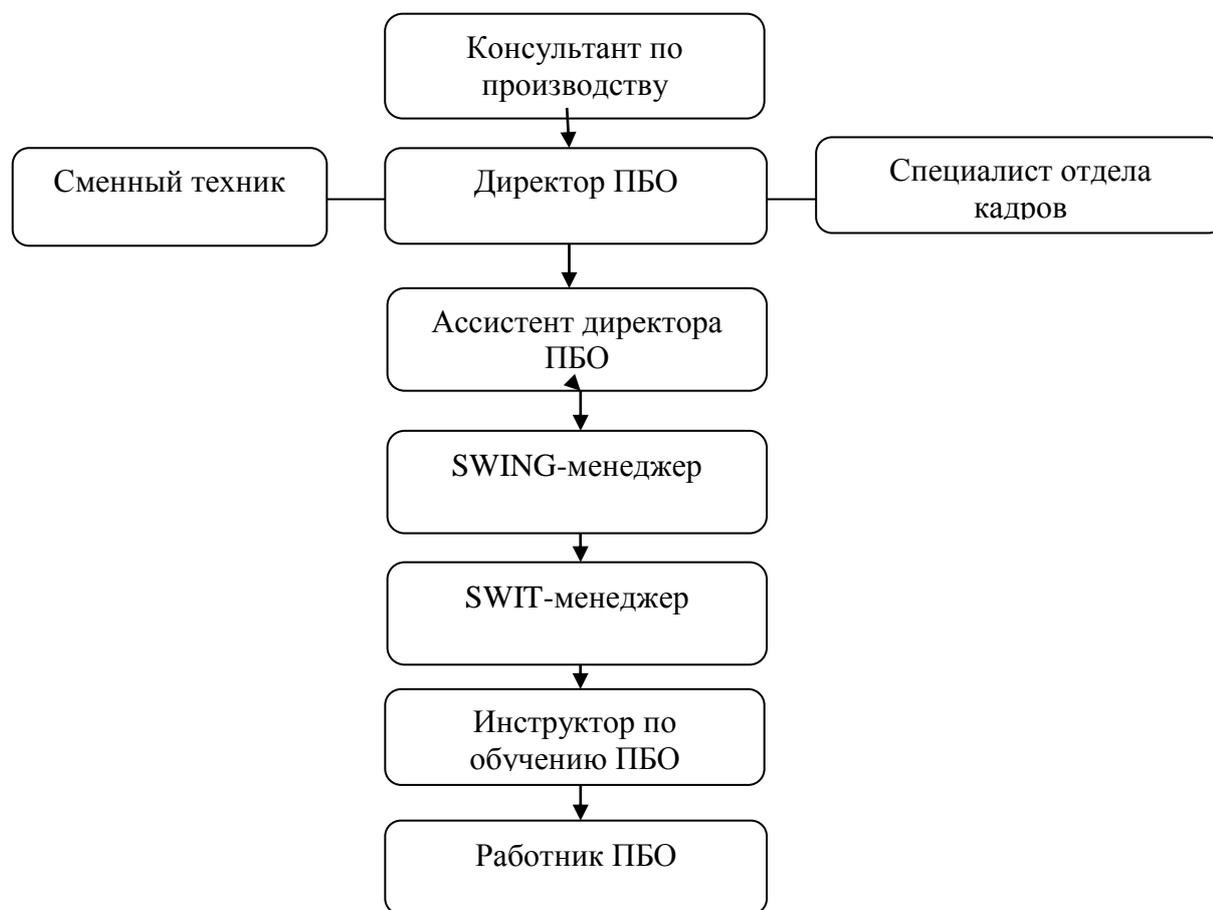


Рисунок В.1 – Схема управления

Приложение Г
Интервью с А. Маштаковым

Ассистент директора ПБО ООО «Макдоналдс», Александр Маштаков – о том, что является приоритетом сотрудника и самой организации «Макдоналдс».

– Почему «Макдоналдс»? Сколько лет Вы работаете в компании?

– На мой взгляд, компания Макдоналдс является одним из самых крупных работодателей в России. Здесь вам гарантированы все льготы, карьерный рост и отличный коллектив, но, когда я устраивался на работу, ничего из этого я конечно же не знал. Сначала меня затянул коллектив, я приобрел много друзей, открыл в себе экстраверта, так как ранее общение с незнакомыми мне людьми, для меня было большим стрессом. Казалось бы, чему может научить меня компания, которая по сути просто делает сэндвичи, думал я, как же сильно я в тот момент ошибался.

Так почему Макдоналдс? В то время я шел за гибким графиком, совмещать учебу и работу, я не планировал задерживаться в компании на длительный срок, но что-то пошло не по плану. В компании я работаю более 15 лет.

– Чем сегодняшнее обслуживание и производство отличается от «Макдоналдс» в 2012 г?

– Конечно, сложно вспомнить компанию именно в 2012 году и гораздо проще описать цикл изменений компании с открытия в 1990г, скажем так, компания всегда идет в ногу со временем. Постоянно вносятся улучшения в опыт посещения наших гостей. Например, сейчас трудно представить, что раньше не было макавто, нельзя было сделать заказ на дом, и вообще единственный способ получить свой желанный биг-маг, это отстоять не малую очередь.

Наверное, самое видимое изменение с 2012 года - это появление киосков самообслуживания, возможность как я сказал ранее, сделать свой заказ домой или через приложение, но это то, что касается видимых изменений. На

Продолжение Приложения Г

самом деле, в компании за этот промежуток времени, был полностью изменен процесс приготовления наших сэндвичей, введено масса новых процедур, во многих предприятиях появилась возможность самому увидеть процесс приготовления сэндвичей, так как ранее концепция зон производства в компании была закрытой для глаз, и это лишь малая часть изменений в компании.

– Как поменялись работники ПБО на протяжении периода, пока Вы работаете в компании? Каких ребят и замечают, а потом повышают?

– Как поменялись работники? Они выросли, кто-то построил карьеру в этой компании, кто-то используя полученный опыт занялся своим бизнесом. Важно отметить, находясь в компании такое длительное время, замечаешь эту разницу поколений. Например, молодежь в то время, когда я устраивался на работу сильно отличается от нынешней. И это не плохо, с таким быстрым ростом прогресса меняются и потребности наших сотрудников, и компания учитывает это.

Макдоналдс в этом плане удивительное место, в нем уживаются все сотрудники, невзирая на возраст. Каких ребят замечают и повышают? Замечаем всех, повышаем тех, кто демонстрирует те навыки, которые необходимы лидеру, просто одного желания карьерного роста мало, если сотрудник проявляет себя, демонстрирует те модели поведения, которые необходимы для карьерного роста, мы это видим, ценим и даем возможность развиваться.

– Чем для вас является компания «Макдоналдс»?

– Вторым домом, это давно уже не то место, куда я прихожу просто зарабатывать деньги. И самое правильное лично для меня, описание этой компании – это Дом.

Продолжение Приложения Д

Обслуживание на прилавке. Split Function Service
Контрольный лист наблюдений (КЛН) на станции / Верификация

Процесс верификации

Верификация складывается на трёх компонентах: знания, оборудование и техника.

Знания: в этой части проверяется, есть ли у работника общие понимание процесса.

Оборудование: в этой части проверяется, может ли работник точно определить, объяснить и продемонстрировать использование всех необходимых инструментов и оборудования.

Техника: в этой части проверяется, может ли работник правильно выполнять процедуры.

Верификация общих знаний

Работник отвечает на каждый из вопросов, приведенных ниже. Отметьте галочкой каждый правильный ответ.

Назовите стандарты обслуживания.

Назовите 4 принципа гостеприимства.

Сколько составляет время обслуживания, время ожидания в очереди и время выдачи заказа при обслуживании за стойками?

- Время ожидания в очереди — 30 секунд
- Время обслуживания — 30 секунд
- Время выполнения заказа при обслуживании за стойками — 45 секунд

Объясните роль Работника на выдче.

Что такое заказ вне очереди и когда его нужно собирать?

Объясните, что делать с неисправными заказами.

Знать правила техники безопасности.

Знать, как обеспечить безопасность гостя.

- Обрабатывает руки чистым продезинфицированным полотенцем после обслуживания в зоне приема заказа
- Не касается продуктов руками

Верификация знаний об оборудовании

Работник определяет, объясняет и демонстрирует, как использовать перечисленные ниже оборудование и инструменты. Отметьте галочкой каждый раздел, в котором работник успешно выполнил все задания для каждой единицы оборудования.

Мониторы:

- **экспо-монитор прилавка**
определяет: Функции монитора: текущее время ожидания, номер заказа и номер кассы / киоска, способ получения заказа
- **управления заказами**
определяет: пульт управления заказами и принтер чеков сбора заказа
- **презентер-монитор** и сканер **карты-ORB**
определяет: монитор готовности заказов (ORB) и **касса-ORB**
- **зона выдачи и сбора заказов**
определяет: подготавливаемая поверхность OAT
- **зона хранения пакетов**
определяет: зона хранения Хитли Мил
- **зона хранения приборов**
определяет: зона хранения прибора, фартук для обслуживания за стойками
- **зона хранения**
определяет: холодильники для холодных напитков, холодильных дошек и др.

Принтеры (кассовые терминалы)

- **автоматическая система приготовления напитков**
определяет: как вручную ввести заказ на касситку с помощью ABS
- **монитор Table Service** и локатор **дверцатель** для локатора на кассе
- **место хранения локатора на прилавке**
определяет: как продезинфицировать локатор
- **фартук**
определяет: как помыть фартук

Касса

- **сенсорный экран**, **кассовый экран**
- **принтер чеков**, **устройство безналльной оплаты**
- **цифровые доски меню**
- **цифровые доски меню**

1

Обслуживание на прилавке. Split Function Service
Контрольный лист наблюдений (КЛН) на станции / Верификация

Инструкции по процедурам

Работник демонстрирует каждый из этапов, перечисленных ниже. У работника должна быть возможность прерываться выполнять каждый из этапов до проведения верификации. Для окончательной верификации работник должен выполнить весь процесс правильно и без посторонней помощи. Отметьте галочкой каждый этап, на котором работник выполнил процедуру полностью. Результаты записываются в отведенных местах.

Приним заказов / Кассир

К концу этого раздела работник продемонстрирует, как принимать заказы.

Попригласите гостя

- Без промедления и дружелюбным тоном
- Улыбка и зрительный контакт

Примите заказ

- Не перебивать гостя

Принимая заказ, используйте следующий принцип: **внимательно слушайте гостя, предложите Большой или Стандартный МакКомбо (обед со скидкой) или Стандартный МакКомбо (обед со скидкой)**

- Правильная подсказка для МакКомбо (обед со скидкой) может иметь следующие варианты:

Если гость заказал не полный обед со скидкой:

- a) Сэндвич + Картофель предложите Напиток;
- b) Сэндвич + Напиток предложите Картофель;
- в) Напиток + Картофель предложите Сэндвич.

Если в заказе уже присутствует один или несколько обедов, то варианты подсказки могут быть следующими: Подсказки одного продукта из отсутствующей группы меню

- Десерты
- Салаты
- Специальные предложения и сезонные наименования

Проверьте правильность набранного заказа

Спросите, будет ли гость есть в ресторане или берет заказ навынос:

- Предложите обслуживание за стойками **совместно с детьми**, **Большим группам** и **людям**, **гостям**, **которым требуется дополнительная помощь**

Получите оплату (наличный расчёт)

- Назовите гостю общую сумму и проведите оплату
- Сообщите сумму полученную от гостя **днем**
- Положите деньги гостя **поверх кассового лотка**
- Сообщите размер сдачи. Сначала выдайте монеты, затем купюры, пересчитав их на виду у гостя

Получите оплату (безналичный расчёт)

- Назовите гостю общую сумму и проведите оплату
- Предложите гостю самостоятельно использовать его карту на устройстве **безналичной оплаты**
- Если сумма заказа 1000 рублей и больше, попросите гостя расплатиться на первом слитке (если гость вводил ПИН-код, или сумма заказа менее 1000 рублей, поднимите гостя на слитке не нужен)
- Выдайте чек. Дополнительно выдайте гостю второй слит без подписи

Выдайте чек

- Положите чек с номером заказа как можно дальше от кассы (лицевой стороной и Сборщику заказов) на прилавок
- При обслуживании за стойками передайте гостю локатор и чек с номером заказа

Искренне поблагодарите гостя и при необходимости дайте указания гостю о получении заказа

- Укажите рукой место, куда следует переместиться гостю, для окончаний выдачи заказа и сообщите, что его заказ собирают
- Если у вас окончил заказ 3 гостя, то дальше заказы принимать нельзя, помогите сотруднику на сборе заказов
- Будьте готовы сразу же поприветствовать нового гостя
- Вежливо поблагодарите гостя и попрощайтесь
- При обслуживании за стойками предложите гостю занять удобное место в зале и попросите поставить локатор на стол. Сообщите, что работник сам принесет заказ за стол

Сбор заказов на прилавке

К концу этого раздела работник продемонстрирует, как собирать заказы в правильной последовательности.

Ищите на экспо-мониторе и собирайте в первую очередь заказы без сэндвичей или простейшие, маленькие заказы

Начните сбор заказов у OAT. Начинать собирать первый заказ на экспо-мониторе

Для заказов «на поднос» положите листовку на чистый поднос, для заказов «в пакете» возьмите пакет подходящего размера

Проверьте количество продукции и точность сбора заказа. Следуйте политике в отношении выдачи приема и прибора

2

Рисунок Д.2 – Контрольный лист наблюдений, листы 1 и 2

