

К ВОПРОСУ ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ КЛИЕНТОВ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современном обществе приоритетное развитие принадлежит сфере услуг. В потребительской кооперации к этой сфере относятся объекты общественного питания, торговые организации и объекты, оказывающие бытовые услуги. Все эти хозяйствующие субъекты можно отнести к индустрии гостеприимства, развитию которой уделяется повышенное внимание. Повышение эффективности обслуживания клиентов в этой сфере приведет к повышению эффективности деятельности и к укреплению конкурентных позиций потребительской кооперации на рынке.

In modern society, priority is given to the development of service sector which includes many entities of consumer cooperatives, namely, public catering facilities, trade organizations and household services companies. All these entities can be considered as hospitality industry ones. At present they pay great attention to hospitality industry development. Improved efficiency of customer service in this area will increase activity efficiency and will strength market competitive positions of consumer cooperatives.

Ключевые слова: сфера услуг; индустрия гостеприимства; эффективность обслуживания; потребительская кооперация.

Key words: service industry; hospitality industry; service efficiency; consumer cooperatives.

Постиндустриальную стадию производства в экономически развитых странах определяют как «экономику услуг». Это связано с опережающим ростом производства услуг в сравнении с ростом материального производства. Но роль этого сектора в современной экономике связана не только и не столько с его преобладанием в структуре хозяйствования. В этой сфере человеческой деятельности формируются такие ключевые факторы экономического роста, как научные знания, нематериальные формы накопления, информационные технологии. К сфере услуг относится широкий круг видов хозяйственной деятельности, направленной на удовлетворение личных потребностей населения и нужд производства, а также потребностей общества в целом. В настоящее время удельный вес транспорта, связи, оптовой и розничной торговли, кредитно-финансовых учреждений, страхового бизнеса, бытовых, деловых и социально-культурных услуг в развитых странах превысил 70% в ВВП, общей численности занятых и значительно превысил 50% общего объема капиталовложений.

Потребности в развитии сферы услуг выходят за рамки экономических: многие услуги направлены на совершенствование самого человека, его интеллектуальных и физических возможностей, удовлетворение его культурных, духовных и социальных запросов. Кроме того, увеличились потребности промышленных организаций в высококачественных деловых услугах.

Потребительская кооперация Республики Беларусь, как многоотраслевая система, должна развивать отрасли, связанные с производством услуг. Кроме того, что это является международной тенденцией, эффективность производства услуг, как правило, выше эффективности промышленного производства. Это связано с низкой материалоемкостью сферы сервиса.

В современном мире конкурентоспособность является определяющим фактором экономического развития различных сфер экономики. Именно поэтому Концепцией развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы определена цель – «достижение уровня экономического развития, соответствующего статусу потребительской кооперации как конкурентоспособной многоотраслевой системы [1]. В связи с этим основными задачами кооперативного сектора являются «повышение конкурентоспособности потребительской кооперации, сохранение лидирующих позиций в обслуживании сельского населения», «освоение современных технологий во всех отраслях деятельности» [1].

Среди организаций потребительской кооперации к сфере сервиса в той или иной мере можно отнести объекты общественного питания, торговые организации и объекты, оказывающие бытовые услуги. Все эти хозяйствующие субъекты можно отнести и к индустрии гостеприимства, развитию которой в нашей стране уделяется повышенное внимание. Согласно Программе социально экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 гг. «Гостеприимство как комплексная

форма обслуживания туристов охватит не только транспортную сферу, но и гостиничный и ресторанный бизнес, индустрию развлечений. При этом основной упор будет сделан на повышение качества обслуживания» [2].

За 2011–2015 гг. открыто 255 объектов общественного питания, 28 объектов придорожного сервиса, отремонтировано и технически переоснащено 620 объектов, 62 кондитерских цеха, приобретено и установлено 4,1 тыс. единиц технологического оборудования [1]. Согласно Концепции развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы в системе общественного питания акцент будет делаться на создание системы доступного и качественного питания, на популяризацию белорусской кухни, улучшение качества предоставляемых услуг за счет внедрения новых методов и технологий обслуживания и повышения профессионального уровня работников. Число предприятий общественного питания и число посадочных мест в них увеличивается. В настоящее время обслуживанием участников дорожного движения в системе потребительской кооперации занимаются 176 объектов придорожного сервиса: 131 объект общественного питания, 39 торговых объектов, 4 гостиницы, автозаправочная станция и моечный пункт. Удельный вес объектов общественного питания потребительской кооперации в общем количестве объектов питания, расположенных на автотрассах республики, составляет 24%.

Для повышения эффективности хозяйственной деятельности организаций потребительской кооперации и повышения их конкурентных позиций необходимо привлекать новых и удерживать уже имеющихся потребителей. В первую очередь на это влияет качество и эффективность обслуживания потребителей.

Оценка эффективности обслуживания потребителей и определение резервов ее повышения является актуальной задачей для всех типов и классов предприятий независимо от форм собственности и социальной направленности.

Показатели эффективности обслуживания в индустрии гостеприимства классифицируются по трем взаимосвязанным и взаимозависимым группам:

- показатели экономической эффективности обслуживания;
- показатели социально-культурной эффективности;
- показатели экологической эффективности.

Анализ первой группы показателей позволяет установить влияние различных показателей обслуживания на экономические результаты работы предприятия: розничный товарооборот, оборот продукции собственного производства, объем платных услуг населения, расходы на реализацию и прибыль.

Социальный эффект обслуживания выражается в сокращении затрат времени потребителей на пользование услугами, повышении культуры обслуживания, создании удобств потребителям в выборе и получении готовой услуги или продукции, соблюдении эстетических и санитарных требований в объектах, улучшении условий труда персонала организаций.

К третьей группе относятся показатели результативности природоохранной деятельности организаций.

Так, для объектов общественного питания организация реализации и потребления продукции связана с затратами, которые принимают стоимостную форму и выступают как расходы по реализации организации обслуживания. В процессе обслуживания участвуют основные производственные средства (здания и оборудование), средства материально-технического оснащения и обслуживающий персонал. Степень их использования для различных типов и классов предприятий общественного питания неодинакова. Это связано прежде всего с необходимостью затрат на более высокое сервисное обеспечение обслуживания.

На показатели эффективности обслуживания влияют такие важные факторы, как рациональное использование материально-технической базы, продолжительность приема пищи одним потребителем, оборачиваемость одного места в течение рабочего времени, формы и методы обслуживания и др.

Эффективность обслуживания следует определять методом сравнения нормативных и фактических показателей, показателей разных предприятий одного типа и класса.

Фактические данные об использовании площади зала и продолжительности приема пищи, а также количестве потребителей по предприятию могут быть получены путем наблюдения и замеров.

Эффективность использования материально-технической базы в организации обслуживания связана с пропускной способностью залов, которая зависит от общего количества мест, продолжительности приема пищи одним потребителем и часов работы предприятия. Этот показатель

позволяет с учетом потоков посетителей регулировать выпуск блюд по часам их реализации и определить эффективность использования площади зала.

При анализе эффективности форм обслуживания выделяются предприятия с обслуживанием официантами и с самообслуживанием.

Производительность труда официантов, буфетчиков, барменов в аналогичных по типу и вместимости предприятиях увеличивается с ростом объема товарооборота. Но повышение удельного веса продукции собственного производства, более трудоемкой в реализации и организации потребления, снижает выработку официантов.

Кроме того, производительность труда зависит от планировочного решения торговых помещений и организации рабочих мест. При увеличении расстояния от кухни до торгового зала выработка официанта уменьшается.

Эффективность самообслуживания во многом зависит от выбора форм расчета, времени работы и степени доступности предприятия.

Эффективность труда работников зависит от организации рабочих мест раздачи, применения специального оборудования, инструмента, инвентаря, ассортимента блюд, времени отпуска одного блюда.

Социальная эффективность обслуживания связана с различными факторами, в том числе с затратами времени на пользование услугами предприятий общественного питания. Величина и структура затрат времени потребителей зависят от уровня организации обслуживания, месторасположения предприятия питания и применяемых в нем методов обслуживания.

Оценка социальной эффективности обслуживания включает следующие показатели:

- общие затраты времени на пользование услугами питания и отдыха;
- затраты времени на выбор блюд в залах предприятий;
- затраты времени на общение с официантами;
- затраты времени на расчетные операции;
- количество дополнительных услуг, оказываемых потребителю и т. д.

Однако на постсоветском пространстве сдерживающим фактором роста эффективности деятельности организаций общественного питания является менталитет населения. Как правило, столовыми пользуется работающее население во время обеда, а другими объектами общественного питания пользуются лишь по особому случаю. Учитывая, что организации потребительской кооперации находятся, в основном, в сельской местности, проблема здесь усугубляется еще и снижением численности сельского населения.

Для привлечения населения в объекты общественного питания, торговли и другие объекты индустрии гостеприимства необходимо наряду с повышением эффективности обслуживания населения, расширять спектр предлагаемых услуг, проводить всевозможные акции, общественно значимые мероприятия на базе объектов, функционирующих в населенных пунктах.

На базе придорожных объектов общественного питания потребительской кооперации можно развивать гастрономический туризм. Необходимо разработать специализированное туристическое меню, гастрономическую карту и т. п.

Список использованной литературы

1. **Концепция** развития потребительской кооперации на 2016–2020 годы. – Минск : Белкоопсоюз, 2016.

2. **Программа** социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http:// www.government.by/upload/docs/program_ek-2016-2020.pdf](http://www.government.by/upload/docs/program_ek-2016-2020.pdf).