

# Коммуникации в управлении рестораном «Венеция»

Выполнила: Ямкина А.В.

Группа Укбд-21

# Об организации

Ресторан существует на рынке с 2009 года. Руководство осуществляется директором и его заместителем.

В начале открытия ресторана была подобрана команда в большинстве своем до сих пор работающая с нами. Число работников ресторана составляет 50 человек.

Ресторан оснащен всем необходимым оборудованием в соответствии с требованиями Роспотребнадзора. Интерьер, посуда, инвентарь соответствуют заявленному классу обслуживания.

Целевым сегментом данного ресторана является население со средним уровнем дохода, а также население с доходом чуть выше среднего.

# Об организации

Миссией сети ресторанов является занятие лидирующей позиции на рынке общественного питания города Ульяновска за счет развития собственной сети предприятий общественного питания, обеспечения максимальной удовлетворенности потребителей и развития культуры обслуживания.

Политика в области качества - непрерывное улучшение качества и конкурентоспособности оказываемых услуг и производимой продукции, отвечающих требованиям и ожиданиям гостей, соответствующих действующим нормам и правилам.

Руководство сети ресторанов «Венеция» несет ответственность за реализацию Политики в области качества и создание условий для творческой, эффективной работы и непрерывного совершенствования оказываемых услуг и производимой продукции.

# Об организации

**Следовательно, стратегическими целями сети ресторанов являются:**

- предвосхищение и удовлетворение потребностей наших гостей;
- повышение лояльности потребителей и узнаваемости брендов;
- обеспечение и повышение высокого уровня обслуживания и качества предлагаемой продукции, за счет повышения профессионального уровня персонала и контроля качества поставляемых продуктов;
- создание атмосферы уюта, комфорта и гостеприимства для гостей;
- постоянное повышение эффективности всех предприятий входящих в сеть ресторанов за счет постоянного улучшения качества оказываемых услуг и предлагаемой продукции, повышения результативности и снижения затрат,
- создание оптимальных условий труда для наших сотрудников, предоставление возможности для карьерного и профессионального роста.

# О конкурентах

На данный момент на рынке Ульяновска существует 3 конкурента для нашего ресторана: «Прожектор», «Сидней» и «Федерико».

Исследования в этой области показывают, что наш ресторан обладает оптимальным набором качеств, способствующих удовлетворению потребителей. Однако исследование меню показало, что наиболее разнообразный ассортимент наблюдается в ресторане «Федерико».

Самый высокий уровень обслуживания, наиболее соответствующий по показателям качества и скорости, на данный момент у ресторана «Прожектор»; предполагается, что ресторану «Венеция» для увеличения конкурентоспособности необходимо достичь этого уровня.

Наибольшей конкурентоспособностью на рынке на данный момент обладают рестораны «Прожектор» и «Федерико». По данному показателю наш ресторан отстает только от них. Ближайший же конкурент ресторана «Венеция» – «Сидней» по данному показателю отстает.

# 1. Коммуникации ресторана

Коммуникации в ресторане «Венеция» являются важным инструментом для взаимодействия руководителей подразделений и эффективности деятельности данного предприятия в целом.

К коммуникациям между рестораном «Венеция» и его внешней средой относятся: средства массовой информации, потребители, надзор за качеством продукции, органы государственного регулирования, политические группы, комитеты, поставщики, конкуренты.

# 1. Коммуникации ресторана

К средствам массовой информации относятся партнёры ресторана – такие, как салон красоты «Момо», Клиника «Виллабэль», фитнес-клуб «Фитлэнд», «Детский мир», салон красоты «Космо», а также потенциальные партнёры, желающие сотрудничать на взаимных выгодах. Данной стороной коммуникаций занимается маркетинговый отдел и руководитель данного отдела Негматова Ю.А. В данном отделе 3 секции: секция маркетинга, секция публикаций и секция работы с клиентской базой. Разработка и проведение рекламных акций, различные публикации, ответственность за состояние и вид меню, за исследование конкурентов, рекламно-информационные материалы, за информационные и презентационные материалы, за работу с гостями - это основные задачи данного отдела.

Потребители и их пожелания, предпочтения, отношение к кухне ресторана «Венеция» определяются посредством проведения опросов, различных акций, пополнения клиентской базы.

# 1. Коммуникации ресторана

Что же касается межуровневых коммуникаций, то они происходят между различными подразделениями ресторана. Каждое подразделение тесно сотрудничает со всеми остальными. С такой целью в ресторане «Венеция» существует коммуникационный центр, который создан для движения информационных частиц внутри предприятия.



## 2. Коммуникационный центр

Коммуникационный центр работает по системе трех корзин. Верхняя корзина с пометкой «Входящие» должна содержать новые сообщения, которые нужно будет просмотреть. Средняя корзина с пометкой «Отложенные» должна содержать те сообщения, которые были просмотрены, но с которыми сотрудник не может немедленно начать работу. Нижняя корзина «Исходящие» должна содержать те сообщения, которые полностью обработаны и сейчас снова готовы для доставки по коммуникационным линиям.

## 2. Коммуникационный центр

Коммуникационный центр ресторана «Венеция» состоит:

- из коммуникационного центра, расположенного непосредственно рядом с орг.схемой предприятия. Корзины ком. центра устанавливаются для руководителей и всех подразделений. Все корзины имеют бирки с названием поста руководителя и подразделения.
- из коммуникационной корзины для каждого подразделения, которая установлена на рабочем месте так, чтобы было удобно пользоваться всем сотрудникам, и который работает по системе трех корзин;
- из коммуникационной корзины для каждого кабинета, которая состоит из корзин для каждого сотрудника, работающего в этом кабинете, а так же корзин для входящей и исходящей информации сотрудников. Все корзины имеют бирки с наименованием поста.
- каждый сотрудник, у которого есть рабочий стол, должен иметь коммуникационную корзину из трех корзин стоящие одна на другой для входящей, отложенной и исходящей информации.

## 2. Коммуникационный центр

Для того чтобы просьбы, идеи, заявления, одним словом послания, быстро доходили до нужного адресата, необходимо пользоваться коммуникационным центром и правильно оформлять послания. При составлении сообщений необходимо пользоваться образцами, которые вывешены на видном месте рядом с коммуникационной корзиной в каждом подразделении.

Очень важно при составлении посланий указывать должность адресата и фамилию, а также указывать должность и фамилию тому человеку, который пишет послание. Послание должно направляться только должности, промежуточные посты указывают вверху послания. Первый получатель помечается стрелкой и рядом со стрелкой ставится дата отправления.

## 2. Коммуникационный центр

Если сообщение было получено, но нет возможности быстро на него ответить (вопрос требует времени), то необходимо сообщить об этом отправителю в письменном виде, чтобы он знал о том, что сообщение получено, и вопрос решается.

Послания, которые необходимо отправить в другие подразделения, нужно вкладывать в корзину «исходящие», далее ответственный за ком. центр подразделения доставляет сообщения до коммуникационного центра, который расположен рядом с оргсхемой.

Нельзя допускать того, чтобы адресованные сообщения были «похоронены» в корзинах, необходимо отвечать на них своевременно.

### 3. Менеджер по коммуникациям

В ресторане «Венеция» также существует менеджер по коммуникациям, в обязанности которого входит следующее:

1. Послания направлять их точно.

2. Забирать в назначенное время адресованные его подразделению

послания из коммуникационного центра, который расположен рядом с оргсхемой и доставлять в корзину своего подразделения, а также отправлять сообщения по тому же самому маршруту, но в обратном порядке.

3. Отвечать за распределение посланий между сотрудниками своего подразделения, либо кабинета, в котором работает ответственный.

### 3. Менеджер по коммуникациям

4. Следить за тем, чтобы все послания оформлялись согласно требованиям предприятия и были датированы.

5. Следить за правильным распределением информации в системе трех корзин.

6. Если ответственных за одну коммуникационную корзину в подразделении несколько человек, то они должны передавать друг другу корзину в полном порядке.

7. Ответственные должны быть в курсе всех изменений на оргсхеме. При изменении в оргсхеме, происходят изменения, связанные с корзинами центра связи. Необходимо информировать себя систематически изучая оргсхему.

## 3. Менеджер по коммуникациям

8. Все ответственные должны сообщать о произошедших нарушениях в работе коммуникационного центра:

- утери сообщений;
- неправильно доставленных сообщений;
- неправильно оформленных сообщений;
- устаревших сообщений;
- утерянных сообщений;
- о неполученных ответов на сообщения.

## 4. «Руководитель-подчиненный»

Две трети всей деятельности на предприятии – это деятельность, основанная на коммуникациях «руководитель – подчиненный». В ресторане «Венеция» данный вид коммуникаций представляется в виде: обмена информации о способах деятельности, эффективности работы, вознаграждениях, способностях работников, проблемах, изменениях, результатах, усовершенствованиях и т.д. Данный вид коммуникаций осуществляется через написание посланий, отчётов, предоставление статистик каждый четверг до 14:00, которые позволяют определить эффективность той или иной деловой недели. Помимо этого в ресторане «Венеция» имеется пресс-центр, находящийся на кухне – на него вывешиваются намечающиеся мероприятия в ресторане, чтобы все могли ознакомиться. Существует ещё один пресс-центр в служебном помещении ресторана, на котором вывешиваются различные объявления, дни рождения сотрудников, информация о собраниях и т.д.



## 5. Др. виды коммуникаций

Межличностные коммуникации – это то, как люди общаются и взаимодействуют друг с другом внутри предприятия. В данном случае здесь действует система внутренних коммуникаций, через которую сотрудники передают друг другу послания, изучают приказы руководителей и иную информацию, связанную с деятельностью данного заведения.

Коммуникации в малой группе тоже имеют место быть. Коллектив в процессе работы делится на несколько малых групп, в каждой из которых находится индивид, взаимодействующий с непосредственным руководителем. Такое практикуется при повседневной работе ресторана, при работе на банкетах – выделяются бригады и бригадиры, которые взаимодействуют в процессе проведения мероприятия с менеджером банкетной службы.

## 5. Др. виды коммуникаций

Внутренняя оперативная коммуникация - это коммуникации между отделами предприятия, отчёты отдела реализации продукции, ведомости складского учёта, которые передают информацию о потребностях отделу оперативного планирования производства.

Особенно важно, чтобы в процессе коммуникаций была обеспечена обратная связь. В ресторане «Венеция» обратная связь имеет место быть, т.к. хорошо развита система коммуникаций и также существует отдельный человек, отвечающий за своевременность и оперативность передачи информации во вне организации и внутри неё – менеджер по коммуникациям.

## 6. Выводы

Таким образом, каналами коммуникаций в ресторане «Венеция» является внутренняя коммуникация по системе трёх корзин, система внутренних посланий между подразделениями, и эффективная работа менеджера по коммуникациям, который отвечает за своевременность, достоверность и полноту информации, что непосредственно влияет на достижение поставленной цели ресторана. Помимо этого в ресторане «Венеция» имеет место быть свой внутренний сайт, что упрощает и ускоряет обмен информацией среди руководителей подразделений.