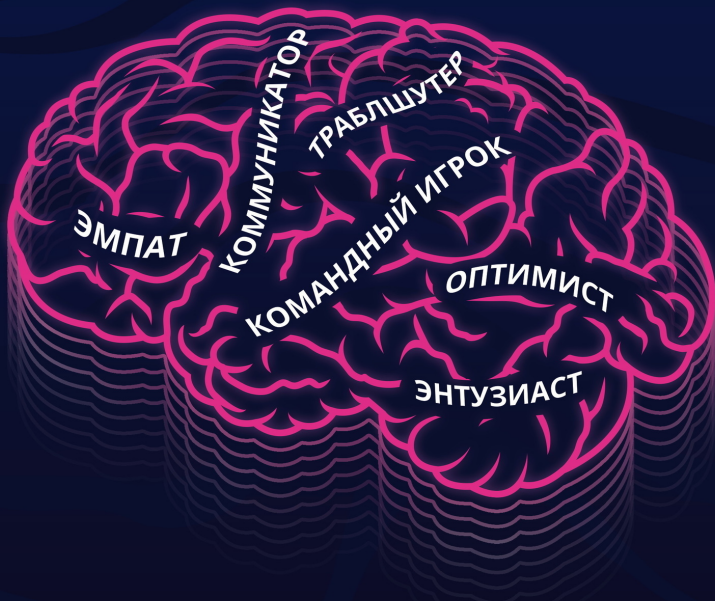


НИНА МАКОГОН

КОГО ХОТЯТ РЕСТОРАТОРЫ?



ГИД ПО КАРЬЕРЕ

Ресторанные
ВЕДОМОСТИ

Нина Владимировна Макогон

Кого хотят рестораторы?

Гид по карьере

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=48428599

Кого хотят рестораторы? Гид по карьере / Нина Макогон:

Ресторанные ведомости; Москва; 2020

ISBN 978-5-6040953-4-8

Аннотация

Книга «Кого хотят рестораторы? Гид по карьере», построенная по принципу разбора реальных кейсов из практики рекрутера, поможет любому, кто решил связать свою жизнь с ресторанной сферой. В ней рассказывается, с какими проблемами можно столкнуться на этом пути, даются полезные советы и раскрываются секретные разработки по технике построения карьеры и достижения целей в ресторанном бизнесе. Автор книги Нина Макогон – основатель и владелица кадрового агентства RABOTARESTORAN.RU, специализирующегося на подборе топ-менеджмента в рестораны и отели по всей России, преподаватель в профильных бизнес-школах Москвы, руководитель PR-службы Федерации рестораторов и отельеров.

Содержание

Об авторе	7
Предисловие	8
Глава 1	10
Глава 2	15
Ошибки рестораторов при поиске сотрудников	15
Тренды на современном рынке индустрии гостеприимства	23
Глава 3	27
Карьерный трекинг	28
Конец ознакомительного фрагмента.	29

Нина Макогон
Кого хотят рестораторы?
Гид по карьере



Игорь Бухаров

Президент Федерации рестораторов и отельеров России

Сегодня в ресторанном бизнесе работает около 1,5 миллионов человек. И многие не знают, как быть в той или иной ситуации на работе. Понятно, что нет готового рецепта достижения любых целей в карьере, да его и не может быть!

И все же эта книга поможет найти направление, ведь она построена по принципу разбора реальных кейсов рекрутера. Истории универсальны и будут понятны каждому – независимо от возраста, статуса и семейного положения.

Как составить резюме? Какое сопроводительное письмо отправить работодателю? Где и как искать вакансии? Прочитав книгу, вы узнаете секретные разработки по технике построения карьеры и достижения целей в ресторанном бизнесе.

Книга дает хороший заряд мотивации, чтобы работать с удовольствием и круто изменить жизнь к лучшему. И помните – ни одно знание не имеет силы без практических действий, поэтому действуйте прямо сейчас!



Об авторе

Нина Макогон – основатель и владелица кадрового агентства RABOTARESTORAN.RU, которое специализируется на подборе топ-менеджмента в рестораны и отели по всей России. Нина начала свою карьеру в индустрии гостеприимства в 2007 году с работы в одном из ресторанов группы компаний Аркадия Новикова. Она является преподавателем в нескольких специализированных бизнес-школах Москвы, выступает на международных выставках, а также занимает должность руководителя по связям с общественностью в Федерации рестораторов и отельеров.

Предисловие

«Кем ты хочешь быть, когда вырастешь?»

Этот вопрос каждому из нас начали задавать еще в детском саду и продолжают до сих пор, только формулировки другие: «В какой отрасли будешь строить карьеру?», «Какие задачи перед тобой стоят в профессиональном плане?». Годы идут, а вопросы, касающиеся карьеры, становятся острее, и что-то, а их нельзя отложить на потом и подумать об этом завтра. Хотя, почему нет? Если вас устраивает какая-никакая работа, и лень двигаться дальше... Впрочем, нет – раз вы держите эту книгу в руках, первый шаг уже сделан. Поэтому держайте, получите работу мечты или дело всей своей жизни.

Почему это так важно? Да потому что мы проводим большую часть своей жизни – где? Правильно, на работе! В наших силах сделать свою жизнь счастливее и радостнее. Ведь говорят же: «Счастье зависит от нас самих».

Эта книга удобна тем, что вначале вы найдете описание проблемы или вопроса, далее получите полезные советы, а в конце будет опубликован чек-лист, резюмирующий все сказанное.

Будем на связи

Вы – мой самый главный критик и комментатор, так как являетесь читателем этой книги. Мне очень важно ваше мне-

ние, и хотелось бы знать, где я права, где можно стать лучше, о чем вы хотите прочитать в моей следующей книге, а, возможно, вы просто захотите поделиться своей мудростью.

Можете написать мне напрямую ваше мнение о книге, а также получить все таблицы из книги в редактируемом формате.

Когда вы будете отправлять письмо, пожалуйста, укажите в теме письма название книги, а также ваше имя и контакты для связи (телефон или почту).

E-mail: nmakogon@rabotarestoran.ru

Facebook: <http://facebook.com/makogon.nina>

Глава 1

Мифы о ресторанном бизнесе

Прежде чем рассказать, как построить успешную карьеру в ресторанном бизнесе, нам бы хотелось развеять мифы, которые окончательно укоренились в головах многих начинающих сотрудников и рестораторов. Они убеждены, что ресторанный бизнес привлекателен тем, что он легкий и прибыльный. Это **ОЧЕНЬ** большое заблуждение. Сфера услуг, где многое завязано на людях, априори не может быть легким бизнесом, приносящим огромные средства. Да, возможно, официанты в премиальных ресторанах получают очень большие чаевые, но чтобы продвинуться вперед по карьерной лестнице, им приходится поступиться прибылью и получать доход в два, а порой и в три раза меньше, чем он/она зарабатывали, работая официантом.

Миф 1. Много и хорошо есть вкусную еду

Знаете ли вы, что официанты зачастую пробуют новые блюда из меню всего один раз? Причем приглашается порядка 10–15 человек (вся смена), и все пробуют несколько новинок, каждой из которой дается 1–2 порции (на всех!). Такая дегустация нужна для того, чтобы официант мог подробно рассказать, что входит в то или иное блюдо, описать вкус и

рассказать о размере порции.

Да, существует, конечно, возможность есть так называемый «гарбидж» (от английского «мусор»), но не факт, что он остается, да и не каждый пойдет на это.

Миф 2. Легкая работа

Если вы думаете, что можно быстро найти работу и стать управленцем в ресторанном бизнесе, то ошибаетесь. Это очень специфичная сфера, которая требует досконального изучения, прежде чем достигнуть успеха. Да, конечно, вы можете привести несколько примеров преуспевающих топ-менеджеров, которые пришли в эту область из других бизнесов, но это, скорее, исключение, чем правило.

И тем более стать сразу администратором или менеджером в ресторане не получится. Нужно сначала отработать какое-то время стажером, затем помощником официанта, официантом, а уже потом заявлять свое право на продвижение по карьерной лестнице.

Моя семья давно уже перестала видеть меня чаще, чем один раз в неделю. Все дни, начиная со вторника и до ночи субботы, я провожу на работе. Это связано с тем, что в последние годы в нашей сфере наблюдается жесткая экономия на людях, и зачастую приходится заменять собой несколько сотрудников. К примеру, я могу выполнять функции: банкетного менеджера, финансового директора, менеджера по рекламе, операционного директора, управляющего, а

иногда даже обычного менеджера. Я не жалуюсь, мне нравится моя работа. Но тут вы должны выбирать: или успешная карьера, или семья. Похоже, я выбрал то, что мне нравится на данный момент, – я люблю общаться с людьми, радуюсь, когда гости вкусно поели и выходят из ресторана довольными. Если вы не боитесь трудностей и деньги для вас не главное – то работа в ресторанах для вас.

Миф 3. Большая и дружная команда

Разумеется, каждый из рестораторов стремится поддерживать в своем заведении доверительные отношения, воспитывать взаимовыручку. Но зачастую среди официантов ведется жесткая конкуренция, ведь от этого зависит их заработок. Чем больше гостей обслужил, чем более высокий чек – тем больше чаевые. В некоторых ресторанах на этот случай введена система, когда все скидываются, и все чаевые разделяются на равные части между сотрудниками команды зала. Правильно это или нет, решать вам.

Миф 4. Возможность легкого заработка

Обман гостей в ресторанном бизнесе – частое явление. Пробивание лишних блюд или напитков (а потом их поедание), разбавление алкоголя в баре, использование скидочных карт и много других схем применяется некоторыми «специалистами» индустрии гостеприимства. Но тут важно помнить одно – ресторанный мир очень маленький, и если вы не планируете свое долгое и успешное развитие, то можно

использовать эти недальновидные схемы. Хотя и это ненадолго, так как рестораторы применяют все новые и новые технологии для минимизации подобных упущений, в том числе устанавливаются видеокамеры, специальные гаджеты по учету пролива и т. д.

Я знаю много коллег шеф-поваров, которые работают с фирмами-поставщиками на откатах. Как это работает? Они заказывают товары не по принципу цена-качество, а по принципу: кто больше отдаст «ретробонусов». Чем выше цена, чем больше заказали – тем выше ИХ дополнительный заработок. Но, как правило, все вскрывается в течение первого года работы ресторана. Директор или сам владелец бизнеса влезает в договоры, начинает считать себестоимость, и тут выясняются пикантные подробности.

Миф 5. Большие заработки

Не во всех ресторанах и не на всех позициях можно зарабатывать больше 100 000 рублей. Зарплата зависит от класса заведения, его популярности среди гостей, уровня среднего чека. Немногие знают, что в популярных заведениях Москвы со средним чеком более 3000 руб. на человека без алкоголя доход официанта может варьироваться от 80 000 до 200 000 руб. Да-да, вы не ослышались, квалифицированный официант со знанием психологии порой зарабатывает больше, чем директор заведения. Чего не скажешь о менеджерах и других сотрудниках, ответственных за работу зала; к при-

меру, средняя зарплата менеджера составляет 50 000 рублей, а заместителя директора – около 80 000–100 000 руб. Больше ответственности, но меньше денежного потока, поэтому не все хорошие официанты стремятся строить свою карьеру.

Так что, если вы еще не передумали, снимите, пожалуйста, розовые очки, включите логику, и вперед, к знаниям!

Глава 2

Кого ищут?

Ошибки рестораторов при поиске сотрудников

Кадровый рынок в России в индустрии гостеприимства всегда был и остается несколько специфичным и непохожим на остальной мир. Причин достаточно много, но одной из основных является дефицит квалифицированных кадров. Тем не менее, давайте разберем несколько самых распространенных ошибок, которые допускают рестораторы при найме сотрудников:

Не знает, кого ищет

Ресторатор зачастую примерно понимает, что в его проекте есть над чем работать, и нужен человек, который эти «дырки» мог быть «заткнуть». Он даже знает название должности, на которую ему нужен сотрудник, но не может определить четко его должностные обязанности.

Формулировка «Давайте посмотрим, кто есть на рынке, и пойдем, кто нам нужен» – путь в никуда.

СЛУЧАЙ ИЗ ПРАКТИКИ

Надо отдать должное, проект был построен в

кратчайшие сроки, и ресторатор работал все два месяца на грани возможного. Наступил момент, когда он понял, что ему потребуется профессиональная помощь, и начал искать кандидатов на должность директора. Все бы ничего, только новые сотрудники уходили, не проработав и неделю. Каждый раз ресторатор получал вежливые отказы, пока однажды не докопался до истины. Так как это был его первый проект, он и понятия не имел, какие сотрудники должны быть в ресторане. К примеру, наличие в заведении должности главного инженера стало для него настоящим сюрпризом. В результате ресторатор нашел опытного управляющего из известного проекта, нанял его на время в качестве консультанта и следовал рекомендациям своего новоиспеченного ментора. Уже через месяц команда ресторана заработала как часы, во многом благодаря усилиям нового директора.

Не «продает» себя

Стабильную работу с высоким заработком найти сейчас нелегко. Поэтому если работодатель предлагает средний уровень заработной платы, но его HR-бренд известен на рынке, то найти хороших сотрудников не представляется проблемой. Во-первых, потому что работа в известном холдинге является престижной, а во-вторых, следующий работодатель будет готов платить заработную плату выше как минимум на 20 %, так как будет уверен в компетентности данного сотрудника.

Если же вы – новоиспеченный ресторатор, то, скорее всего, вам потребуются дополнительные аргументы для убеждения идеального кандидата в том, что вы – надежный работодатель. Все потому, что безжалостная статистика гласит: до 50 % новых ресторанов закрывается в первый год существования. А это значит, что сотрудникам нужно будет тратить время на поиски работы, а также объяснять, чем обусловлен короткий период работы на предыдущем месте.

Вывод: *кадровый голод в 2020 году станет еще более сильным. Квалифицированные кандидаты будут предъявлять еще более высокие требования к работодателям. Так что собеседование станет обоюдной процедурой, когда и ресторатор, и соискатель станут искать возможность произвести хорошее впечатление.*

СЛУЧАЙ ИЗ ПРАКТИКИ

На встречу пришла молодая во всех смыслах девушка, не имеющая никакого опыта в ресторанной сфере, но страстно желающая найти шеф-повара в свой новый бар, расположенный в самом центре Москвы. Оказалось, что ее мечта – создать популярный винный бар с хорошими закусками к вину, где основными гостями будут иностранцы. Так что требования к кандидатам предъявлялись высокие (красивая подача блюд, низкая себестоимость, опыт работы шеф-поваром), чего не скажешь об уровне заработной платы. Она объясняла это тем, что заведение

маленькое, проходимость не очень высокая, поэтому и оклад соответствующий. В процессе разговора сотрудник моего агентства RABOTARESTORAN.RU постаралась выяснить, чем же мы можем привлечь того самого сотрудника, который будет заинтересован в данном предложении. Позже выяснилось, что один из собственников проекта владеет несколькими ресторанами в Европе и легко сможет отправить своего нового сотрудника на стажировки. Это и явилось решающим фактором для привлечения кандидатов на данную вакансию, мы получили много откликов.

Много говорит

В ресторанной сфере успешным бизнесменом может быть лишь тот, которого просто распирает от замыслов, кто гордится своими проектами и горит идеей. Случаются ситуации, когда из-за такого порыва, когда хочется со всеми поделиться, он долго и в подробностях рассказывает кандидату о будущем проекте, как появилась идея его создания, чем он будет отличаться от конкурентов и т. д., и т. п. Правду говорят, что человеку даны два уха, чтобы слушать, и только один рот, чтобы говорить. Эта поговорка – золотое правило проведения собеседования.

Лучше задайте несколько ситуативных вопросов и оцените способность кандидата:

- решать проблемы;
- прогнозировать будущее;
- обучаться новым трендам и прочим нововведениям.

На собеседовании говорить должен соискатель для того, чтобы ресторатор узнал все плюсы/минусы кандидата и сделал соответствующие выводы.

СЛУЧАЙ ИЗ ПРАКТИКИ

На второй день проведения собеседований мне позвонил один из наших заказчиков и начал разговор с фразы: «Я устал!». И это после трех собеседований, которые он провел в первый день и потратил на каждое из них по 2,5 часа (!). Во время собеседований он подробно рассказывал о проекте, показывая всем кандидатам план, дизайн, меню и многое другое. На мой вопрос, какие будут комментарии по каждому из кандидатов, в трубке я услышала лишь молчание. Оказалось, что он «не успел» задать ни одного вопроса по делу, а лишь рассказал им о проекте. Данный вопрос мы быстро решили, предложив кандидатам выполнить тестовое задание. А будущему ресторатору предоставили список вопросов для проведения собеседования, а также варианты ответов.

Поверхностный отбор

Считается, что человек принимает решение, сможет ли он взаимодействовать по жизни с тем или иным человеком, в течение 30 секунд. В дальнейшем он постоянно старается найти подтверждение своего первого впечатления. Порой рестораторы придерживаются этого мнения, оценивая кандидатов только лишь по резюме и портфолио. Работодате-

лям в данном случае присущ так называемый «подростковый этап взросления»: когда вы много знаете, и кажется, что жизненного опыта вполне достаточно для того, чтобы принять быстрое решение о том, подходит ли человек или нет на открытую позицию.

Совет: Естественно, ресторатор обязан помнить, что каждый кандидат уникален по-своему. Не всем дано создать правильное впечатление молниеносно. Порой для кандидата это настоящее испытание. Опыт, навыки и знания – все это в совокупности создает определенный уровень квалификации, который нельзя оценить по резюме или при первом взгляде на человека. Профессиональные рекрутеры утверждают, что идеальная длительность собеседования – от 40 до 60 минут. За это время ресторатор должен принять решение, подходит ли данный кандидат в его команду, и какую роль он в ней будет играть.

Другой вопрос, что порой рестораторы оценивают подсознательно. Поэтому только перед самим кандидатом стоит выбор: оставаться самим собой или работать над лучшей версией себя (одежда, позы, физическая форма, стиль и т. д.)

Чужое мнение

Опытный ресторатор искал шеф-повара в новый ресторан в центре города. К кандидатам предъявлялись очень высокие требования, и предлагался соответствующий уровень зара-

ботной платы. Рассматривались только «звезды», с профессиональным портфолио и качественным PR. Мы, наконец, нашли того, кого искали, он соответствовал по всем пунктам. Но *получили* от ресторатора отказ, так как некая его знакомая как-то ужинала в одном из ресторанов из послужного списка кандидата, и осталась недовольна. Мы привлекли одного из заядлых гурманов города для того, чтобы он оценил кулинарную квалификацию кандидата. В результате был получен высший балл, и кандидата приняли на работу. Впоследствии мы выяснили, что знакомая ресторатора обедала в том ресторане, когда команда уже сменилась, и действовало совершенно другое меню.

Не дает обратную связь

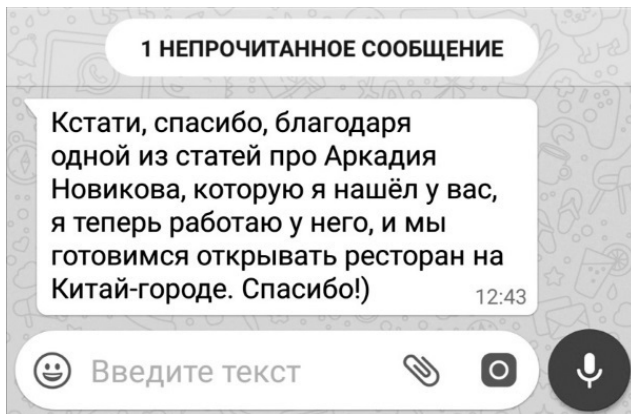
Молчание работодателя после проведения собеседования – бич ресторанного бизнеса. Понятное дело, что ресторатор выбирает того, кто ему кажется наиболее идеальным кандидатом в данный момент. Поэтому работодатели зачастую считают пустой тратой времени дать обратную связь кандидату. Будьте готовы отвечать каждому кандидату, и это сослужит вашей деловой репутации хорошую службу.

Совет: *Не понравился кандидат? Соблюдайте деловую этику и хотя бы направьте кандидату стандартный нейтральный ответ. Например: «Спасибо за резюме. Обязательно рассмотрим. Если оно нас заинтересует, мы с вами свяжемся». В этом случае кандидат поймет, что вы по-*

лучили резюме, и после непродолжительного ожидания продолжит поиски работы, но уже в другом месте.

СЛУЧАЙ ИЗ ПРАКТИКИ

На нашем сайте rabotarestoran.ru мы часто пишем полезные статьи о том, как найти работу в ресторанном бизнесе. В том числе даем секретные лайфхаки о карьере в известных ресторанных холдингах. Однажды мы получили вот такое сообщение:



Как вы понимаете, Аркадий Новиков – занятой человек, владеющий проектами по всему миру – от Москвы до Майами, и все же он находит время отвечать потенциальным кандидатам.

Тренды на современном рынке индустрии гостеприимства

Может показаться абсурдным утверждение, что на рынке индустрии гостеприимства не хватает персонала, но это действительно так. Конечно, кандидатов, претендующих на вакансии, достаточно много, но уровень их зачастую не дотягивает до требований работодателя. В связи с чем сейчас возник первый из перечисленных далее трендов.

Тренд 1. Универсальные солдаты

Работодатели тщательно выверяют все статьи расходов, и поэтому, если один сотрудник может выполнять функции нескольких людей, владельцы заведений готовы платить большую заработную плату таким умельцам, требуя взамен исполнения большего объема услуг.

К примеру, в данный момент пользуются спросом управленцы, которые разбираются в связях с общественностью, а именно знакомы с алгоритмами работы с журналистами, знают их в лицо, а также умеют определить, какая из социальных сетей является для целевой аудитории ресторана приоритетной.

То же самое касается шеф-поваров. Преимущество отдается тем кандидатам, которые могут просчитать себестоимость блюд и назначить отпускную цену без обращения в

бухгалтерию, что позволяет экономить на услугах бухгалтера-калькулятора.

Тренд 2. Растущая конкуренция

В связи с некоторым уменьшением лавины открытий заведений в Москве наблюдается более высокая конкуренция среди кандидатов. Так как, в отличие от ситуации 4–5 лет назад, не работодатели ищут сотрудников, а кандидаты разыскивают работу и испытывают некоторые неудобства в том, что нужно доказывать свое превосходство перед другими кандидатами.

Те времена, когда рестораторы и отельеры обращали внимание только на наличие работы в громких проектах, прошли. Сейчас ценят готовность работать в проекте на 110 % и личную заинтересованность. У нас в кадровом агентстве «РАБОТАРЕСТОРАН.РУ» даже есть термин – «кандидат с горящими глазами». Именно такие люди выдерживают конкуренцию и получают заветную работу.

Тренд 3. Снижение заработных плат

За последний год наметилось снижение заработных плат у управленцев заведений, и это связано с уменьшением объемов проходимости в некоторых заведениях. Также немаловажную роль играет конкуренция, так как некоторые сотрудники, с целью немедленно получить работу в компании, готовы поступиться своими ожиданиями.

Тренд 4. Российские шеф-повара в моде

До недавнего времени в России считалось, что наличие иностранного шеф-повара автоматически повышает уровень заведения, а также гарантирует высокую проходимость, несмотря на ценовую политику заведения. Но за последние два года ситуация кардинально изменилась, и теперь российский работодатель голосует за отечественного специалиста. Это обусловлено рядом причин:

- не нужно преодолевать языковой барьер, нести расходы на переводчика;
- менталитет иностранного гражданина отличается от российского, что может стать причиной ряда проблем. Особенно это касается региональных проектов;
- образовательная культура среди поваров растет в геометрической прогрессии, шеф-повара создают на кухнях настоящие шедевры, используя всем привычные российские продукты и оставаясь в границах себестоимости блюд от 20 до 30 %.

Тренд 5. Молодежь создает рабочие места для молодежи

Такие проекты, как «Местная еда», позволяют воспитывать поколение молодых рестораторов-бизнесменов. Суть проста – вы создаете продукт и проверяете, как он работает, на базе ярмарок выходного дня, которые посещают тыся-

чи москвичей и гостей столицы. Таким образом стартаперы проверяют жизнеспособность своей концепции, и если она возымела успех, начинают развивать проект, создавая тем самым новые рабочие места.

Тренд 6. Стандартизация

Все работники индустрии гостеприимства знают не понаслышке об отсутствии качественной стандартизированной образовательной базы, привязанной к практической деятельности бизнеса. И работа в этом направлении идет. Как недавно заявила глава Роспотребнадзора Анна Попова, создание отдельного федерального закона о гостиничном бизнесе необходимо из-за сложности нормативной базы и большого числа нарушений.

Глава 3

Карьерная лестница в ресторанном бизнесе

Наверняка вы знаете о таких понятиях, как карьерный путь и карьерная лестница. С недавних пор появилось еще одно, о котором вы должны знать, – карьерный трек. Некоторые специалисты называют этим словосочетанием последовательность стадий развития квалификации специалиста в конкретной сфере бизнеса.

Карьерный трекинг

Прежде чем начать думать о карьерном треке в ресторанах, ответьте сами себе на десять вопросов:

- Люблю ли я работать с людьми (это касается как коллег, так и гостей ресторана)?
- Готов ли я работать на износ ради удовлетворения гостей?
- Люблю ли я мотивировать людей?
- Готов ли я отвечать за бюджетирование, набор персонала и за работу зала на ежедневной основе?
- Буду ли я не против, если мне станут звонить по работе в мои выходные?
- Как насчет моих личных планов – семья, дети? Будут ли они вписываться в мой карьерный трек в ресторанах?
- Я сильно мотивированный человек?
- Я люблю много работать?
- Готов ли я работать на результат ежедневно, ежемесячно и ежегодно?
- Что я получу от этой работы такого, чего не получу в других отраслях?

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.