

Ю. Д. Велюга – студентка кафедры экономической теории и предпринимательства
С. Н. Коробкова (канд. филос. наук, доц.) – научный руководитель

ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ: ДРЕСС-КОД В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Дресс-код – свод общепринятых представлений об этикете в одежде, регламентирующих форму и стиль. Внешний вид демонстрирует уважение, а так же подчеркивает и личный статус.

Также важна униформа. По одежде, которую носят сотрудники ресторана, можно судить, насколько менеджмент задумывается о ресторанном бренде, о способах его продвижения. Униформа персонала демонстрирует уровень управляющей компании не меньше, чем обслуживание или кухня заведения.

Термин «дресс-код» изначально возник в Великобритании и используется для обозначения регламента в одежде, который показывает принадлежность человека к определённой профессиональной группе. За понятием дресс-кода стоит традиция, рекомендуемая «правильное» сочетание костюма и аксессуаров. В широком смысле, под дресс-кодом понимают устойчивые нормы и представления о том, как надо одеваться в конкретной ситуации в той или иной социальной группе, профессиональном коллективе.

Дресс-код заведения считается продолжением его корпоративной культуры и важной частью бренда. Как утверждается, подобающий внешний вид сотрудника играет немаловажную роль в доверии гостя (или клиента) к заведению в целом, демонстрирует состояние, показывает уважение к гостям и клиентам. Требования к одежде сотрудника могут быть детально оговорены в трудовом контракте, за нарушения могут предусматриваться санкции, а также дресс-код должен соблюдаться гостями заведения.

В каждом заведении, в каждой ресторанной компании свои представления о том, какой должна быть униформа.

Функции униформы в ресторанном бизнесе:

- создание единого фирменного стиля и бренда;
- обеспечение санитарных норм и безопасности;
- выделение сотрудника из людской массы;
- обеспечение соответствия общепринятым стандартам.

Концепция и формат заведения, интерьер, контингент посетителей и уровень цен – таковы основные параметры, из которых следует исходить при выборе униформы для персонала.

Под формой персонала многие, в том числе и мы, понимают полный комплект одежды: «верх-низ», обувь, фартук, головной убор. Чем заведение выше классом, тем форма строже должна соблюдаться.

Стандартная униформа для официантов «вечерних» ресторанов предполагает сочетание «белый верх – черный низ» (сорочка или блуза плюс брюки или юбка классического покроя). В престижных заведениях высокой кухни и пятизвездочных отелях уместны элегантные черные смокинги, строгие жилеты и белые полотняные сервировочные перчатки. Обслуживающему персоналу демократичных пивных баров, ночных клубов и т.п. больше всего подойдет униформа в свободном стиле – яркие рубашки-поло, просторные хлопчатобумажные брюки спортивного стиля и банданы. В заведениях быстрого питания используется униформа, выполненная в фирменной цветовой гамме.

Любой сотрудник, работающий в сфере ресторанного бизнеса или общепита, обязан соблюдать следующие правила:

- грубое нарушение – ходить в форме в нерабочее время;
- при уходе с работы, обязательно вернуть форму;
- форма должна отличаться от костюма менеджера или администратора;
- форма должна быть универсальной и актуальной длительное время;
- форма сотрудников должна органично сочетаться с интерьером;

- присутствие не более трех цветов в форме и не более одного типа рисунка;
- отсутствие у официантов украшений;
- исполнение установленных правил по отношению к форме.

В нашей стране понятие «дресс-код» появилось в начале 1990-х гг. с приходом иностранных компаний на рынок. Отношение к нему было весьма поверхностным. Наличие дресс-кода расценивалось как признак прогрессивной серьезной компании. На данный момент понимание этого явления намного углубилось, стала осознаваться многими работодателями и их сотрудниками необходимость подобного компонента корпоративной культуры как инструмента развития бизнеса.

Корпоративный дресс-код – основополагающее звено корпоративной культуры и имиджа компании.

Также очень важен дресс-код и для клиентов. Рестораны высокого класса сопровождаются требованием соответствовать определенному дресс-коду.

Одежда клиента естественно выбирается самостоятельно. Но не стоит забывать о правилах этикета. В зависимости от повода посещения заведения, костюм может меняться. Также ресторан вправе устанавливать дресс-код для гостей (например, запрет на повседневную одежду).

Поводом может быть банкет, светский, деловой, праздничный приемы, встреча и т.д. в таких случаях приветствуется: у мужчин фрак, смокинг, костюм парадного случая, у женщин платье в пол темных тонов.

В современном мире дресс-код стал социальным явлением. Он не прописывает четких границ дозволенного и уместного в одежде, и лишь дает определенные установки, которых необходимо придерживаться. Самый строгий дресс-код не мешает проявить хороший вкус, изысканность и индивидуальность.

Дресс-код – это всегда элемент, влияющий на имидж организации. Униформа персонала – одно из главных составляющих, благодаря которому у гостя или посетителя складывается первое мнение о статусе, бренде заведения и предлагаемым им услуг. Униформа должна располагать к себе клиента своим внешним видом: чистым, опрятным, подчеркивающим статус, репутацию и интерьер ресторана.

Можно сделать вывод о том, что в ресторанном бизнесе дресс-код – это существенный элемент корпоративной культуры в целом.

Библиографический список

1. Колинченко И.А., Психология предпринимательства: учебное пособие./И.А. Колинченко. М:Высшее образование Год: 2010 - 179с.
2. Манчулянцев О. Как вырастить компанию на миллиард: Прописные истины венчурного бизнеса/О. Манчулянцев. М: Альпина Паблишерз. 2010 - 192с.
3. Туркенич Н., Шилова А – Дресс-код делового человека, 2008г.
4. Туркенич Н., Справочник делового дресс-кода.
5. Электронные источники: guest-marketing.com , restoranoff.ru , restores.com