

Иванова Алла Сергеевна

КЛИЕНТСКИЕ БОНУСЫ В ОПЛАТЕ ТРУДА В СФЕРЕ УСЛУГ

Ivanova Alla Sergeevna

CUSTOMER BONUSES IN THE REMUNERATION OF LABOUR IN THE SERVICES SECTOR

Аннотация:

В статье рассматривается проблема, с одной стороны, практического существования чаевых в системе оплаты труда работников сферы услуг, в частности в ресторанном бизнесе, с другой – официального игнорирования экономикой труда и менеджментом; анализируется соотношение понятий «заработная плата» и «чаевые» по различным источникам; приведены результаты исследования размеров заработной платы официантов и ее составляющих. Автор предлагает ввести новый термин для обозначения понятия «чаевые» – клиентские бонусы.

Ключевые слова:

оплата труда, категория персонала, клиентские бонусы, квалификация, премия.

Summary:

The article considers a problem of tips, which, on the one hand, do exist in the remuneration system in the service sector, specifically, in the catering business, but, on the other hand, the tips are disregarded by official labour economy and management. The author analyzes correlation between the notions of “salary” and “tips” according to various sources. The results of the research reviewing the wage rate of waiters and its components are presented. The author suggests to introduce a new term for designation of tips – the customer bonuses.

Keywords:

remuneration of labour, personnel category, customer bonuses, qualification, bonus.

Клиентские бонусы (или чаевые) относятся к таким вещам, которые, кажется, существовали всегда, а откуда появились – неизвестно. Точную дату появления платы сверх счета, конечно, назвать невозможно, эта традиция существует столько, сколько существует сфера обслуживания. География распространения чаевых очень широка, но в разных странах установились свои особенности и традиции. На Западе чаевые принято оставлять едва ли не всем людям из числа обслуживающего персонала: барменам, горничным, носильщикам, швейцарам, метрдотелям и таксистам. В России до революции услуга трактиров и ресторанов даже не получала жалования. Их заработок полностью состоял из чаевых. Более того, половые и официанты еще и были обязаны платить хозяину заведения в зависимости от дохода. Отечественные юристы практически не обращаются к данному вопросу. В.А. Белов, затронувший рассматриваемое понятие в своей работе «Занимательная цивилистика», отмечает сложный характер данного явления.

В первую очередь этому способствует отсутствие легального определения термина. Несмотря на это, слово все же встречается в юридической литературе, подзаконных актах и даже судебной практике. Международное трудовое законодательство данный термин знает и определяет его как «сумму денег, которая добровольно вручается клиентом трудящемуся в дополнение к той сумме, которую клиент должен выплатить за оказанные услуги» [1]. Указанное определение приведено в Конвенции МОТ 1991 г. Правовая природа денег «на чай» вызывает споры среди юристов. Обычно определить правовую природу «чаевых» пытаются в зависимости от характера их получения. Чаевые можно рассматривать как деньги, уплаченные организации сверх суммы договора обслуживания, либо как деньги, полученные конкретным работником за выполнение его трудовой функции. В зависимости от того, какое определение будет дано названному факту, будет производиться его учет и налогообложение. При этом следует отметить, что чаевые составляют довольно значительную часть дохода работников сферы услуг.

С позиций современной экономической терминологии в области оплаты труда, клиентские бонусы (или чаевые), составляющие значительную, а иногда и единственную часть в системе оплаты труда некоторых категорий персонала в сфере услуг (горничные, официанты и прочие категории персонала, непосредственно оказывающие услуги клиенту), не входят ни в одну из систем оплаты труда и остаются без внимания, а проще, игнорируются и экономикой труда и менеджментом.

Однако ни одно из существующих определений заработной платы (оплаты труда) не содержит даже намек на возможность таких выплат и тем более включения их в систему оплаты труда персонала. К примеру, финансовый словарь определяет заработную плату как «...вознаграждение, которое предприятие (объединение, учреждение, организация) обязано выплачивать рабочим и служащим в соответствии с количеством и качеством труда по заранее договоренным нормам, установленным трудовым договором (контрактом) или законодательным актом» [2]. Очевидно, что в этом определении содержится только один вид трудовых отношений, – а именно

отношения наемного работника с организацией, в то время как в сфере услуг, непосредственные отношения наемного работника с получателем услуги (клиентом) имеют значительно большее значение и для работника, и для прибыли, получаемой организацией, и для имиджа организации. Определение заработной платы в Трудовом кодексе РФ также не проясняет ситуацию: «...вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также компенсационные выплаты (доплаты и надбавки компенсационного характера, в том числе за работу в условиях, отклоняющихся от нормальных, работу в особых климатических условиях и на территориях, подвергшихся радиоактивному загрязнению, и иные выплаты компенсационного характера) и стимулирующие выплаты (доплаты и надбавки стимулирующего характера, премии и иные поощрительные выплаты)» [3]. В этом определении, правда, содержится намек на возможность получения работником «...стимулирующих выплат», к которым относятся доплаты и надбавки стимулирующего характера, однако они не проясняют ситуацию, так как предполагают существование нормативных актов, по которым осуществляются данные выплаты. В результате мы имеем парадоксальную ситуацию: с одной стороны, никто не сомневается в реальности существования клиентских бонусов в оплате труда различных категорий персонала сферы услуг и при этом никто не рассматривает их получение как взятку, коррупцию или иное нарушение закона, с другой стороны, ни экономика труда, ни менеджмент не включают их в систему оплаты труда, хотя в значительном числе случаев учитывают при оплате труда определенных категорий персонала.

Существующую ситуацию лучше всего рассмотреть на системе оплаты труда официантов. Чтобы определить, какие факторы влияют на оплату труда официантов, необходимо выяснить, из чего складывается доход официантов, определить его наиболее весомые составляющие, а также рассмотреть возможные методы начисления заработной платы.

Специалисты Московского центра консалтинга провели исследование и проанализировали существующие системы оплаты труда на должности «официант» в заведениях Москвы. В исследовании участвовали рестораны класса «средний и средний +». Специалисты пришли к выводу, что в ресторанном бизнесе в основном используют следующие системы оплаты труда (система мотивации в данном исследовании не включает в себя показатель «чаевые»):

1. Система оплаты труда состоит только из окладной части.
 2. Система оплаты труда состоит из окладной и процентной частей.
 3. Система оплаты труда состоит только из процентной части.
- Наиболее распространена система, в которой объединены оклад и проценты с продаж. Оклад может формироваться с помощью двух тарифов:
- почасовой тариф;
 - посменный тариф.
- Размеры тарифов приведены в таблице.

Таблица – Тарифы формирования оклада

| Тарифы | Почасовой тариф | Посменный тариф |
|------------------------------------|-----------------|--------------------|
| Процент использования в ресторанах | 29,62 % | 23,45 % |
| Система «Только оклад» | 45–100 руб./час | 400–950 руб./смена |
| Система «Оклад + Бонусы» | 35–70 руб./час | 300–700 руб./смена |

Источник: [4].

Из таблицы 1 видно, что средний почасовой тариф составляет 65 рублей, а средний посменный тариф – 500 рублей. Необходимо отметить, что в организациях, где система оплаты труда состоит только из окладной части, оплата в час выше, чем в заведениях, где система оплаты труда включает в себя как окладную часть, так и бонусную часть (в данном случае имеется в виду не клиентский бонус, а бонус, выплачиваемый персоналу по результатам работы всей организации).

Необходимо отметить, что в заведениях, где система оплаты труда состоит только из окладной части, посменный тариф составляет в среднем 576 рублей. В заведениях, где система оплаты труда включает в себя как окладную часть, так и бонусную (процентную часть), посменный тариф в среднем составляет 428,5 рубля.

Рассмотрим показатели бонусной (процентной части) оплаты труда. 45,6 % опрошенных заведений, имеющих окладную и процентную части в системе оплаты труда, используют бонус за личные продажи. Средний показатель процента с личных продаж у официантов составляет 2 %. Средний интервал процентной части с личных продаж варьируется от 0,3 % до 7,5 %. Процент учитывается как с личных продаж в совокупности блюд и напитков, так и по разделению: продажи коктейлей, продажи блюд кухни. Средний интервал процента с личных продаж в совокупности (карта кухни и карта бара) составляет от 0,3 % до 3 %. Средний показатель процента с продаж

коктейлей составляет 7,25 %. Наименее распространенная составляющая часть системы оплаты труда официантов – это бонус с выручки заведения. Средний показатель составляет 0,3 %.

Бонусы за банкетное обслуживание имеют также процентное выражение. Средние интервалы составляют от 3 % до 10 % с банкетной выручки либо установленный тариф с человека – в среднем 130 рублей.

Некоторые заведения в системе оплаты труда имеют установленные премии:

- премии за дисциплину;
- премии за выработку нормы часов;
- премии на усмотрение руководства;
- премии за продажу позиций из старт-меню;
- премии за чек выше среднего по заведению.

Средний фиксированный размер премии составляет 2433 рубля. Средние интервалы премии варьируется от 500 рублей до 6800 рублей. Некоторые заведения используют нематериальное поощрение сотрудников, например, заказ любого блюда из меню.

Таким образом, эксперты Московского центра консалтинга сделали вывод, что самой распространенной системой оплаты труда официантов в заведениях класса «средний, средний+» является «установленный оклад + бонусная часть». Наиболее распространенный вариант формирования окладной части – это почасовой тариф. Средний почасовой тариф составляет 41 рубль. При условии работы в 15 стандартных смен, средний оклад официантов составляет 7380 рублей.

Среди бонусных составляющих самым распространенным показателем является показатель личных продаж, соответственно система оплаты труда включает в себя процент с личных продаж официанта (или личный товарооборот официанта). Бонус с личных продаж в среднем составляет 2 %. Средние показатели денежного выражения показателя личных продаж варьируются от 0 до 7000 рублей.

Несложно подсчитать, что интервалы средней заработной платы официантов (с учетом премий и процентов от продаж) составляют от 7380 до 14 380 рублей в месяц. За столь малую заработную плату не многие согласились бы работать, а спрос на вакансию официанта, как известно, в настоящее время очень большой. Если проанализировать объявления в газетах и Интернете о свободных вакансиях официанта, то можно увидеть следующие размеры зарплаты, предлагаемые работодателями (см. рис. 1).

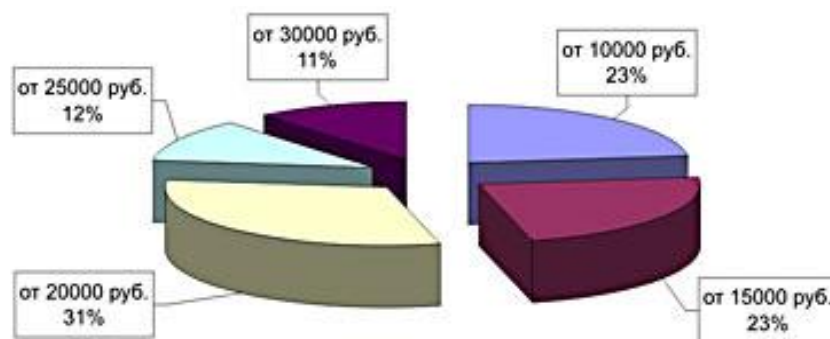


Рисунок 1 – Анализ размеров заработной платы на вакансию «Официант»

Источник: [5]

Очевидно, что данные цифры не совпадают с показателями, которые мы привели выше, исходя из исследования экспертов Московского центра консалтинга. Поэтому можно сделать вывод, что доход официанта определяется еще одним компонентом, а именно клиентскими бонусами (чаевыми), причем они занимают большее значение в суммарном доходе, чем все остальные показатели.

Зачастую базовая зарплата, которую выплачивает предприятие, составляет только половину, а иногда и треть заработка официанта. Клиентские бонусы являются главным материальным стимулом в данной работе. Зная, что доход официанта складывается в основном из них, мы можем заключить, что еще одним фактором, отвечающим за доход официанта, является мотивирующая роль клиентских бонусов.

Подведем итоги по вопросу об оплате труда официантов. В ресторанах класса «средний, средний+» обычно используется система оплаты труда, состоящая из окладной и процентной частей. Официант может заработать за месяц от 20 до 60 тысяч рублей только благодаря чаевым, без учета чаевых официальная зарплата колеблется в пределах от 7 до 14 тысяч рублей,

разумеется, владельцы заведения устанавливают зарплату сотрудникам, оценивая предполагаемый уровень клиентских бонусов. По сравнению с остальными долями, чаевые являются наиболее весомой составляющей в общем доходе официанта. Исходя из вышесказанного, сделаем вывод, что главный заработок официанта – это чаевые, поэтому каждый сознательный официант понимает, что его заработная плата напрямую зависит от него самого. Заметим, что такая система оплаты – мотивирует сотрудников к качественному обслуживанию, что в свою очередь влияет на престиж и доход ресторана.

Таким образом, проблема оплаты труда официантов связана с незначительными суммами оклада официантов, а главную часть своих доходов официант получает благодаря чаевым. Чтобы получать большие чаевые, официанту необходимо прилагать большие усилия и работать добросовестно, следует отметить, что чаевые гости будут оставлять только в тех заведениях, в которых их устроило буквально всё, а не только обслуживание официанта, вот почему мы брали за основу дохода официанта хорошо спланированную маркетинговую политику. Таким образом, появляется еще один фактор, влияющий на доход официанта и определяющий его в полной мере – это размер чаевых. Но без решения основных задач маркетинга, то есть создания комфортных условий в ресторане, ни одному официанту не удастся заработать на чаевых.

В целом следует считать, что чаевые вписываются и учитываются менеджментом при установлении базовой оплаты труда, бонусов с личных продаж, почасового тарифа. Признанию законности получения чаевых и включению их в официальную систему оплаты труда персонала мешает отсутствие легального определения данного термина. Как известно, в российском трудовом законодательстве нет термина «бонус», а есть термин «премия». Предлагаемый нами термин «клиентские бонусы», на наш взгляд, хорошо вписывается в существующую терминологию в области оплаты труда, абсолютно адекватен своему содержанию и может использоваться современным менеджментом и экономикой труда.

Ссылки:

1. Конвенция об условиях труда в гостиницах, ресторанах и аналогичных заведениях от 05.05.1991 № 172 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lawmix.ru/abro/10445> (дата обращения: 23.05.2014).
2. Словарь финансовых терминов [Электронный ресурс]. URL: http://finansovye-terminy.slovaronline.com/%D0%97/609-ZARABOTNAYA_PLATA (дата обращения: 23.05.2014).
3. Трудовой кодекс Российской Федерации. Ст. 129.
4. Рестораны, кафе, клубы, бары: все, что нужно знать ресторатору / [Астрейкова А.А., Матвеев П.Д., Ананич Т.П.]. Минск, 2007. С. 79.
5. Интернет-портал вакансий [Электронный ресурс]. URL: www.job.ru (дата обращения: 23.05.2014).

References:

1. *Convention on working conditions in hotels, restaurants and similar establishments from 05.05.1991 № 172 1991*, retrieved 23 May 2014, <<http://www.lawmix.ru/abro/10445>>.
2. *Financial Dictionary 2014*, retrieved 23 May 2014, <http://finansovye-terminy.slovaronline.com/%D0%97/609-ZARABOTNAYA_PLATA>.
3. *Labour Code of the Russian Federation*, art. 129.
4. Astreykova, AA, Matveev, PD & Ananich, TP 2007, *Restaurants, cafes, clubs, bars, all you need to know restaurateur*, Minsk, p. 79.
5. *Internet portal vacancies 2014*, retrieved 23 May 2014, <www.job.ru>.