

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Леся Польова

кандидат педагогічних наук, доцент

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Олександра Вербищук

студентка 3 курсу

спеціальність 241 «готельно-ресторанна справа»

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,

м. Івано-Франківськ

На даний час ресторанне господарство динамічне розвивається та створює усі необхідні умови розвитку туризму. Поява готелів, створення нових туристичних маршрутів, відбиваються на ринку ресторанного господарства позитивних сторін. Здебільшого саме у ресторанах створюється сприятливе оточення для взаєморозуміння, надається можливість зустрітись та познайомитись людям із різних країн, налагоджуються ділові контакти.

Якість ресторанних послуг великою мірою залежить від кваліфікацій і зацікавленості людського капіталу, від його творчих здібностей, вміння освоювати нові технології, а також від використання нових організаційних процесів та форм матеріальної бази, що використовується для обслуговування гостей. Якість ресторанних послуг – це міра того, як рівень наданих послуг задовольняє очікування відвідувача.

Об'єкт нашого дослідження – сучасні технології обслуговування у ресторанному господарстві, які відіграють вирішальну роль в діяльності і конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства.

Рівень обслуговування відвідувачів, саме і слугує основним чинником конкурентоспроможності закладів харчування. Широкий спектр послуг паралельно із високою якістю дає високу ефективність діяльності підприємства.

Керівники ресторанних закладів, можуть затвердити, що тільки 20% постійних гостей, можуть забезпечити 80% зального прибутку. Проте для того, щоб зберегти перелік гостей на постійній основі, надто мало тільки красивого інтер'єру та красивої подачі страв.

Тут і приходять на допомогу інновації в ресторанному бізнесі – цікаві маркетингові кроки, заради яких клієнтам хочеться знову приходити саме в цей ресторан.

Ще декілька років тому виклик таксі з закладу чи можливість бронювання столиків по телефону вважалися достатньою інновацією у ресторанному бізнесі.

Згодом наймоднішими ставали ресторани, в яких можна зробити замовлення з доставкою додому, а також заклади в яких у різних конкурсах можна було виграти знижку на обслуговування або, приміром, вечеря на двох.

Особливість ресторанних закладів, як сфери надання послуг, під інноваціями мається на увазі не тільки задоволення потреби, смачно та естетично приготовлених страв (естетичну насолоду), але і грамотні складені відносини з клієнтами, грамотну маркетингову політику і PR-стратегію, а також облік необхідності комерціалізації інноваційних розробок [1].

Для скорочення часу очікування гостей на обслуговуючий персонал у закладах появляється так звана кнопка виклику працівника, мається на увазі, якщо відвідувач бажає зробити замовлення, отримати рахунок чи виникли питання чи скарги, людині уже не потрібно виглядати офіціанта, а достатньо просто натиснути відповідну кнопку на столі.

Варто також зазначити, що цікавого нововведення у закладах набувають електронні меню, невеличкі планшети, що встановлюються на столиках, таким чином, гості натискаючи на вподобану страву, можуть переглянути усі її складники, та побачити її візуальний вигляд на фото.

Проте із розвитком сучасних інновацій вище перерахованими прикладами, уже давно нікого не здивувати та не зацікавити. Фактично кожного дня змінюються та покращуються різноманітні технології, що в свою чергу змушує керівників закладів для збереження постійних відвідувачів та заохочення нових людей, працювати над розвитком у своїх закладах, тим самим ведучи постійну боротьбу на ринку ресторанного господарства.

Так, як сучасний світ уже не можливо уявити без різноманітних гаджетів, цікавою інновацією варто відзначити вбудованих у столах безпроводних зарядних пристроїв, що надає кожному відвідувачу без жодної проблеми зарядити свій телефонний пристрій.

Розвиток сучасних технологій прийшов і в Україну, дійшов до рівня, що у Львові нещодавно було відкрите перше у Європі повністю механізоване кафе, без жодного обслуговуючого персоналу у залі.

Проте перед відкриттям кафе такого інноваційного типу спершу варто добре зважити усі плюси і мінуси. Так, безумовно такий заклад приверне до себе увагу молодих людей, та надасть можливості економії коштів за рахунок працівників залу, проте варто зазначити, що людям старшого віку, відвідувачам без смартфона сенсорного типу та просто з розрядженою телефонною батареєю чи відсутністю мобільного інтернету – це все відвідування даного закладу просто зробить неможливим. На сьогодні в світі прослідковуються тенденції до автоматизації виробничих процесів у ресторанному господарстві, демократизації управлінських рішень.

Не зважаючи на усі методи, які застосовуються в обслуговуванні завжди важливе місце займає саме якість тих чи інших послуг.

Якість – невід’ємна складова успішності підприємства, особливо ресторану, де якості обслуговування повинна приділятися особлива увага.

Підвищення рівня обслуговування у закладах ресторанного господарства є необхідним заходом для підвищення ефективності роботи підприємства в майбутньому. Закладу потрібно приділяти значну увагу рівню роботи працівників.

Для одноразового заохочення клієнта цілком достатньо красивого інтер’єру, екстер’єру, атмосфери, створення достойного сайту з аналогічним описом та представленням страв, проте для того, щоб відвідувач залишився дійсно задоволеним та виявив бажання повернення доданого закладу знову, перерахованих вище якостей стає однозначно недостатньо. Після переступлення гостем порогу, фактично уся відповідальність про створення його дійсної думки та враження про заклад харчування фактично повністю залежить від працівників.

У першу чергу для покращення рівня надання послуг обслуговування працівниками закладу ресторанного господарства рекомендується мати людину та запрошених професіоналів спікерів, профільних, які періодично проводять різноманітні інноваційні навчання та тренінги щодо підвищення вмінь та навичок роботи [2].

Навчати працівників поведінкової психології, щоб у комунікації виходити з конфліктних ситуацій, знаходити альтернативні способи вирішення проблем, вміти правильно рекомендувати гостям страви та напої до них, тощо. Культура спілкування з людьми – це ціле мистецтво якому потрібно вчитися. І таке спілкування є вербальне та невербальне. Професіоналізм персоналу включає в себе обидва.

Для поварів, барменів та баристів проводити навчання по підвищенню кваліфікації. Відправлення на різноманітні закордонні стажування, майстер-класи та навчання. Насправді, професійна комунікація є завжди продуктивна. Відвідавши цікаву зустріч на потрібну (обрану) тему обов’язково буде корисним досвідом. Навіть найменші нові знання, які направлені у практику принесуть добрий результат.

Клієнт завжди правий – це золоте правило бізнесу. Навіть якщо ви вважаєте, що клієнт неправий, ніколи не скажіть йому про це. Зрозумійте і приділіть час, щоб послухати їх скаргу чи пропозицію. Проблеми неминуче виникнуть навіть у найкращому ресторані. Те, як ви їх обробляєте, визначатиме, чи повернеться клієнт чи піде в інше місце.

Зкладам ресторанного господарства пропонуємо використовувати хороші відгуки як перевагу. Розміщувати плакати, листівки з позитивними коментарями у приміщенні ресторану. Публікувати найкращі відгуки гостей з фото та відео у соціальних мережах. Для гостей, які приходять до закладу, вони працюватимуть як рекомендація.

Відвідувач закладу високо оцінив роботу одного із офіціантів – розкажіть про це всій команді. Обов’язково дати їм знати, що ви цінуєте їхню важку роботу та відданість справі. Ви навіть можете заохотити деяку здорову конкуренцію серед працівників, нагородивши того, в кого найбільше хороших відгуків.

Старатися уникати негативних відгуків в Інтернеті, не вступати у «словесні перепалки», намагатися «пом’якшити» добрим тоном і ввічливістю негативні коментарі на веб-сайтах та в соціальних мережах. Сайти (наприклад: Trip Advisor, Yelp і Twitter) за замовчуванням стали місцем, де клієнти скаржаться на неприємний сервіс, холодну каву чи несмачну їжу. Але якщо керівництву вдасться змусити клієнтів анонімно виражати своє невдоволення і вдасться порозумітися перш ніж вони залишать заклад, вони, швидше за все, не висловлюватимуть своє роздратування в інтернеті [3].

Неуважність персоналу – це насправді дійсно дуже велика проблема і стосується вона, найчастіше, закладів, де не налагоджено систему роботи. Під цим поняттям мається на увазі такий тип роботи, коли в закладі на певну кількість посадочних місць повинно бути рівномірно розподілена певна кількість офіціантів.

Щоб уникнути неправильної сервіровки столу рекомендуємо дровер з приладами розміщувати біля видачі страв, щоб офіціант в кожному окремому випадку міг звіряти потрібну кількість приборів до кожної конкретної страви.

Проте незалежно від того, як багато зусиль затрачається, щоб ресторан працював ідеально, деякі речі час від часу стаються. Їжа підгоряє, про замовлення забули в середині вечері, або нові офіціанти просто не пам'ятають всього, чого їх вчили на тренінгах.

Незалежно від причини скарги, важливо спробувати хоч трохи порадувати замовника. Найкращим способом зробити це – вибачитися та запропонувати якусь компенсацію. Ось декілька варіантів, які можна надати клієнтам, і які не будуть коштувати багато грошей:

- безкоштовний напій;
- безкоштовний десерт;
- подарунковий сертифікат на майбутній візит;
- знижка на замовлення.

Клієнт має вийти з переконанням, що так, виникла проблема, але це не характерно для вашого закладу.

Варто запитувати клієнтів про враження. «Чи задоволені ви сервісом сьогодні?», «Як вам страва?» Ці загальні питання потрібно задавати кожному гостеві. Хоча деякі люди занадто сором'язливі, щоб відповісти чесно, якщо вони не будуть 100% задоволені їжею. Не кожен клієнт почувається комфортним, скаржачись усно, якщо щось не так.

Щоб отримати дійсно чесну відповідь, запропонуйте гостям картку для відгуків. Це може бути як класичний паперовий бланк (для старшого покоління) або картка (наліпка) з QR-кодом. Зібрані коментарі дають вам можливість зробити поліпшення і є одним із найкращих способів перемогти своїх конкурентів.

Пропонуємо ресторанним закладам не втрачаючи своєї індивідуальності перейняти досвід багатьох закордонних закладів, які пропонують своїм клієнтам швидко, смачно та комфортно поїсти. Послуга називається «Швидка тарілка», все дуже просто, гість заходить в заклад оплачує фіксовану суму (додатково платить тільки за вподобані напої), йому видають одну тарілку яку він наповнює стравами з гастрономічної лінії. Клієнт має право скласти їжу тільки на одну тарілку, але кількість добавки при бажанні необмежена. Це гарна можливість залучити нових клієнтів, а також часто змінювати асортимент страв [4].

Така форма не потребує великої кількості персоналу, зокрема офіціантів, тут важлива адміністративна функція, скерувати, розсадити чи ознайомити відвідувачів з правилами користування гастрономічною лінією. Ввічливо спілкуватися та усно збирати відгуки гостей.

Додатково до збору відгуків про якість такого сервісу та продукції, може бути опитування зворотного зв'язку. З клієнтами можна використати анкети для накопичення електронних адрес відвідувачів для подальших маркетингових активностей. Одним з останніх запитань у короткому опитуванні з п'яти питань може бути «Будь ласка, введіть свою електронну адресу, щоб отримати знижки та рекламні пропозиції». Також для ресторану опитування дасть можливість ввести програму лояльності, знижок, приємних подарунків. Візьміть зворотній зв'язок від гостей вашого закладу під контроль.

Важливою умовою надання якісного обслуговування є індивідуальне обслуговування та уважність, які підприємство проявляє до клієнта. Особлива цінність цієї характеристики якості послуги пояснюється тим, що кожен клієнт має особисті потреби, які відрізняються від потреб інших людей. Надаючи послуги, слід показувати, що конкретний клієнт є для закладу особливим, що його індивідуальні потреби будуть враховані.

Отже, сьогодні ресторане господарство надає споживачам надзвичайно великий перелік послуг та страв, що в свою чергу безперервно спонукає колег по даній спеціальності постійно розвиватись та шукати все можливий новий спектр зацікавлення гостя. Фактично це і слугує для створення якості надання послуг.

Обираючи заклад ресторанного господарства клієнт звертає увагу на якість, комфорт та різноманітність. Тому, кращі ресторани постійно вдосконалюють свою роботу в наданні якісних послуг у сфері обслуговування.

Таким чином, високий рівень сервісу допомагає закладу зарекомендувати себе на ринку ресторанних послуг з кращого боку і залучити більше клієнтів.

Список використаних джерел

1.Акопій В.В. Організація і технологія надання послуг: навч. посібн. Київ, 2006. 340 с.

2. Ахмін А.М., Гасюк Д.П. Основи управління якістю продукції : навч. посібн. Львів, 2002. 292 с.
3. Байлик С.І., Писаревський І.М. Організація готельного господарства. Харків, 2014. 115 с.
4. Ковешніков В.С. Використання закордонного досвіду організації громадського харчування : навч. посібн. Київ, 1991. 215 с.