

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПИТАНИЯ
В ГОСТИНИЧНЫХ КОМПЛЕКСАХ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «АТЛАС ДОНБАССА»)**

Киселёва Е.А.

*Научный руководитель: Овчаренко Л.А.,
д-р экон. наук, доцент кафедры туризма*

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР*

Постановка проблемы в общем виде. В современных условиях конкурентоспособность систем питания гостиничных комплексов играет все более значимую роль. В исследовании обоснованы рекомендации по совершенствованию системы питания на гостиничном предприятии «Атлас Донбасса» и на предприятиях общественного питания (ресторан «Atlas», лобби-бар «Пьеро», терраса «Atlas») с помощью: суггестивного сервиса по методу обслуживания «A la Cart»; добавления в меню «Comfort food»; совершенствования услуг питания в гостиничном предприятии «Атлас Донбасса»; реализации стратегии диверсификации предлагаемых блюд в ресторане «Atlas»; оценки качества услуг с помощью метода «SERV QUAL».

Цель работы – обосновать рекомендации по совершенствованию системы питания в гостинице ООО «Атлас Донбасса» для увеличения дохода и повышения качества сервиса на предприятии.

Изложение материалов основного исследования. В ресторане «Atlas» гостиничного предприятия «Атлас Донбасса» помимо уже использующихся традиционных инструментов обслуживания потребителей необходимо осваивать и внедрять современные методы обслуживания. Одним из направлений инновационного обслуживания является суггестивный сервис.

Цель суггестивного сервиса – превратить обслуживающий персонал в продавцов-профессионалов сервисных услуг, в совершенстве знающих свой товар и умеющих квалифицированно произвести обслуживание потребителей услуг [1]. Идея метода предлагающих продаж заключается в объяснении гостю потребительской ценности той или иной позиции.

Грамотное и профессиональное использование элементов и приемов суггестивного сервиса позволяет стимулировать гостей к дополнительному заказу, что может повысить эффективность работы ресторана «Atlas».

Предлагается ввести в меню ресторана «Atlas» блюда «Comfort Food», которые внесут разнообразие в предлагаемый ассортимент. Блюда «Comfort Food» – это простая и питательная еда, порождающая в госте ностальгические чувства. Известно, что гастрономические предпочтения тесно связаны с комфортом гостей.

В табл. 1 представлены основные направления блюд «Comfort food».

Таблица 1

Основные направления блюд «Comfort food»

Основные направления	Характеристика
«Nostalgic Foods»	Еда, которая ассоциируется с детством (мамины сырники, бабушкины голубцы и малиновое варенье от простуды, шашлык или уха на костре).
«Indulgence Foods»	Еда, которую позволительно съесть лишь иногда (огромный бургер, пончиков или вафельных трубочек со сгущенкой).
«Convenience Foods»	Готовая еда, которую легко готовить (паста, пельмени, сэндвичи и т. д.);
«Physical comfort foods»	Блюда, которые легко усваиваются, успокаивают и согревают (куриный бульон или жареный картофель).

В меню ресторана «Atlas» рекомендуется включить такой вид приготовления блюд как «гурмефикация» – превращение простых, привычных блюд в изысканные (бургеры с фуа-гра и королевским крабом, хот-дог с мраморной говядиной вагиу, пицца Luis XIII с тремя видами икры и редкими морепродуктами или поп-корн со съедобным золотом). Для привлечения гостей можно использовать арт-гастрономическую подачу блюда (борщ в кочане капусты, черные вареники).

Для стимулирования дополнительного дохода в гостиничном предприятии «Атлас Донбасс» предлагается разработать новые концепции по совершенствованию мобильного обслуживания – кейтеринг. В табл. 2 отражены пути совершенствования кейтеринговых услуг на предприятии.

Таблица 2

Пути совершенствования кейтеринговых услуг в гостиничном предприятии «Атлас Донбасса»

Название услуг	Пути совершенствования
Кухня	Проведение бесплатных дегустаций выбранных блюд в удобное для клиента время.
Бар	Наличие выездных барных точек. Разработка фирменных коктейлей для гостей.
Флористика и декор	Фирменное оформления залов и мероприятий.
Ледяные скульптуры	В качестве ледяных скульптур могут быть использованы чаши в виде раковин с морепродуктами, вазоны для охлаждения шампанского и даже ледяная посуда. Гости могут подобрать скульптуру из имеющегося каталога или заказать специалисту собственный проект.
Шатры	Преимущества: живописные пейзажи вокруг, радующая взгляд водная гладь близлежащего водоема, ощущение единения с природой без отрыва от цивилизации. При необходимости предусмотрен дополнительный обогрев, зонты и пледы.
Шоу-программа	Наличие в штате компании звукорежиссера с большим опытом работы позволит без рисков оснастить правильно подобранным звуковым и световым оборудованием.

Для того чтобы применить модель дифференциации, которая заключается в наделении продукта особенными отличительными свойствами, в ресторане «Atlas» необходимо соблюдать три условия:

выявить must-точки, то есть обязательные характеристики продукта: тот минимум, который есть у каждого бренда. Например, уникальность продукта.

провести подробный поиск (research) характеристик бренда конкурентов; составить перечень главных потребительских свойств продукта в каждом сегменте рынка. В данном случае можно использовать метод простого анкетирования. В сумме можно получить нужные характеристики, которые помогут выявить дифференцирующие точки.

Предлагается разработать стратегию диверсификации продукта. При использовании этой стратегии потребителю необходимо донести мысль, что

ресторан предлагает потребителю то, что не может предложить ни один ресторан на рынке, т.е. уникальный продукт или услугу. Благодаря использованию такой конкурентной стратегии создается отдельная категория на рынке, в которой продукт ресторана выступает абсолютным монополистом.

Оценка качества предоставляемых услуг на предприятиях общественного питания выявляется с помощью методики «SERV QUAL». В данной методике «SERV» (Service) означает сервис, а «QUAL» (Quality) – качество. Основу методики составляет анкета, которая включает пять параметров: надежность (reliability); отзывчивость (responsiveness); убедительность (assurance); сочувствие (empathy); осязаемость (tangibles). Концепция «SERV QUAL» поможет детально отобразить особенности восприятия гостями сервисных услуг, которые были оказаны на предприятиях общественного питания в гостиничном предприятии «Атлас Донбасса», что позволит прийти к пониманию такого стандарта, который будет устраивать клиентов. Предложенный метод оценки качества позволит значительно повысить качество услуг питания за счет предотвращения выявленных проблем и недостатков, а также снижения издержек на устранение недостатков за счет сделанных выводов через опрос гостей.

Выводы. Внедряя данные методы в работу системы общественного питания в гостиничном предприятии «Атлас Донбасса» будет заметно улучшаться качество предлагаемых услуг, эффективность работы персонала и увеличится прибыль предприятия. Грамотное и профессиональное использование элементов и приемов суггестивного сервиса позволит стимулировать гостей к дополнительному заказу, что повысит эффективность работы ресторана «Atlas».

Список литературы

1. Михеева, Г.А. Специфика суггестивного сервиса в индустрии питания / Г.А. Михеева // Университетские чтения Пятигорского государственного лингвистического университета. – 2012. – Вып. XV.