

Рябова В.К. Технологии наблюдаемых сервисных процессов на предприятии сервиса // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2017. – № 10 (октябрь). – АРТ 414-эл. – 0,1 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ СЕРВИС

УКД 65.015.11

Рябова Виктория Константиновна
Студентка 4 курса, факультета сервиса
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»
с. Ставрополь, Российская Федерация»
e-mail: albus_avis@mail.ru

**ТЕХНОЛОГИИ НАБЛЮДАЕМЫХ СЕРВИСНЫХ
ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ СЕРВИСА**

Аннотация: В статье рассмотрены технологии наблюдаемых сервисных процессов на предприятии сервиса.

Ключевые слова: Технологии, Сервис, Обслуживающий персонал, уровень обслуживания.

Ryabova Viktoriya
4nd year student, features of service
FGAOU VO "North-Caucasian Federal University"
Stavropol, Russian Federation
e-mail: albus_avis@mail.ru

**TECHNOLOGIES OF OBSERVED SERVICE PROCESSES AT
THE SERVICE ENTERPRISE**

Abstract: The technology of observable service processes at a service enterprise is considered in the article.

Keywords: Technology, Service, Service personnel, level of service.

На сегодняшний день сфера ресторанного сервиса развивается с большой скоростью. Как и любая сфера услуг, она является одним из популярных источников дохода в современном предпринимательстве. И именно поэтому имеет большое количество технологий. На данном предприятии наблюдается множество разнообразных технологий от технологий приветствия гостя до технологий приготовления напитков.

Стоит начать с принятия гостей, следовательно, начинаем с «технологии обслуживания хостесс».

Хостесс — это человек, встречающий гостей при входе в ресторан и провожающий до столика.

Основной технологией хостесс является «технология принятия гостей».

В нее входит:

1. При визуальном контакте с гостем, в первую очередь хостесс обязан улыбнуться и поприветствовать гостя;

2. После ответного приветствия от гостя, необходимо задать несколько вопросов такие, как:

- в какой части зала посетители хотели бы отдохнуть?

- в каком количестве они будут?

- есть ли у них карта лояльности посетителя?

- и т.д.

3. После уточнения вопросов выбрать свободный, подходящий гостям столик и рассадить их;

4. Пока не пришел официант, можно предложить гостям меню и рассказать о скидках и проходящих акциях;

5. После, пожелать приятного отдыха и отставить клиентов с официантом.

Официант — работник предприятий общественного питания, обслуживающий посетителей в ресторанах, кафе.

Он осуществляет обслуживание гостей за столом. К его технологии относятся:

1. Непосредственно, если идет визуальный контакт с клиентом, то обслуживание начинается с доброжелательной улыбки и приветствия;

2. Затем, официант спрашивает у клиентов, готовы ли они сделать заказ? Если клиент отвечает «нет», то официанту следует подойти не много позже. Если «да», то стоит принять заказ и отправить на кухню для готовки. Если же клиент говорит, что не может определиться, то официант должен «разрекламировать» блюдо так, чтобы клиент непременно захотел заказать именно его;

3. При сделанном заказе официант, еще раз проговаривает заказ и уточняет, верно ли все?! Если все правильно заказ относится на кухню для готовки;

4. Если в меню есть напитки, их несут в первую очередь.

5. После приготовления блюда, официант относит за стол клиента, спрашивает о дополнительном заказе и затем желает приятного аппетита;

6. После приятного отдыха, официант должен уловить визуальный контакт с клиентом, чтобы его рассчитать по счету.

Также если гости захотели кальян, официант приглашает кальянщика.

Кальянщик — это человек, который консультирует гостей ресторана в выборе аромата табака и непосредственно готовит кальян.

Его технология заключается в:

1. Кальянщик устанавливает визуальный контакт, приветствует гостей;

3. Спрашивает о предпочтениях кальяна (сладкий или кислый, марка табака, легкий или тяжелый);
4. Затем готовит кальян и приносит гостям;
5. При гостях раскуривает его, передает клиентам и задает вопрос «все ли устраивает?»;
6. Если что-то не устраивает, исправляет ошибки, желает приятного отдыха гостям и оставляет их.

В случае, если гости захотели выпить что-то крепкое или необычные коктейли, им стоит подойти к барной стойке, иногда там можно увидеть великолепное представление от бармена.

Бармен (от англ. bar — бар, англ. man — человек; букв. «человек за барной стойкой») — человек, находящийся за барной стойкой и занимающийся приготовлением напитков и коктейлей.

Итак, технология обслуживания гостя у барной стойки заключается:

1. Приветствие гостя и непосредственно улыбка;
2. Уточнить у клиента, чего бы он хотел выпить;
3. После выбора напитка, производится технология приготовления напитка. Например, «мохито».

Рецепт традиционного коктейля Мохито включает в себя коричневый сахар, белый ром, газированную воду, лайм и свежие листья мяты.

Технология приготовления:

1. Лайм нарезают на 6 частей, первую половину кладут в стакан, из второй выжимают сок;
2. Насыпают ложку коричневого сахара;
3. Добавляют несколько толченых листков мяты;
4. Все перемешивают между собой;

5. После добавляют кусочки льда, чтобы треть стакана оставалась свободной;

6. Затем заливают 60 мл рома и 150 мл газированной водой;

7. После украшают листьями мяты и лаймом. И готовый коктейль отдают гостю.

4. После приготовления напитка, следует рассчитать гостя, и он может пройти за свой стол.

Основная задача бармена, это не только приготовить вкусный напиток, но и сделать это эстетично и незабываемо.

Исходя их всего выше написанного, можно выделить основную технологию обслуживания гостя:

1. Приветствовать клиента всегда надо с доброжелательной улыбкой;

2. Следом, основная задача выявить предпочтения гостя;

3. Предоставить все в наивысшем качестве, независимо от вида услуги;

4. Получить оплату за услугу;

5. Попрощаться с клиентом, с такой же доброжелательной улыбкой, как при приветствии и настроить посетителя на повторный приход (Например: при прощании сказать: «будем рады видеть вас снова», или «приходите к нам еще»).

Можно сделать вывод, что вся работа обслуживающего персонала заключается на доброжелательности и высоком уровне предоставления услуг. Отдельно друг от друга эти качества не смогут существовать. Это и отделяет хороший сервис от плохого.

Список использованной литературы:

1. Брассингтон Ф., Петтитт С. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтитт. – М.: Бизнес Букс, 2014. – 536 с.
2. Введенский В.Г. Сервисная деятельность: Учебник (для бакалавров). 2-е изд. – М.: КноРус, 2013. – 176 с. ЭБС «Лань».
3. Годин, А. М. Маркетинг: учебник для экономических вузов по направлению "Экономика" и специальности "Маркетинг" / А. М. Годин. – М.: Дашков и К°, 2013. – 671 с.
4. Гордин В. Э., Сущинская М. Д. Менеджмент в сфере услуг.– М.: Бизнес-пресса, 2015. - 272 с.
5. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: учеб.пособие по спец. "Маркетинг" / Н.Г.Каменева, В.А.Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. - 437 с.
6. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность: Учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2013.
7. Лойко О.Т. Сервисная деятельность: Учебное пособие. – М.: Академия, 2014.
8. Маркетинг: учебник для магистров, аспирантов и специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность / И. М. Синяева и др. – М.: Вузовский учебник: Инфра-М, 2013. - 383 с.
9. Муравьева Н. Н. Маркетинг услуг; М.: Феникс 20015. - 256 с.
10. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. – М. [и др.]: Вильямс, 2016. - 488 с.
11. Прокшина, Т. П. Маркетинг: учебник / Т. П. Прокшина. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 314 с.

Дата поступления в редакцию: 12.10.2017 г.

Опубликовано: 16.10.2017 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2017

© Рябова В.К., 2017