

Тема «Сервіс дозвілля в закладах ресторанного господарства»

План

1. Сервіс музичного обслуговування.
2. Організація спортивного дозвілля.
3. Організація розважальних шоу-програм

1. Сервіс музичного обслуговування.

Організація дозвілля в закладах ресторанного господарства включає музичне обслуговування, спортивні ігрові види розваг та розважальні шоу-програми.

Перше місце при організації дозвілля у ресторані займає музичне обслуговування, яке можна поділити на такі види:

1. **«Жива» музика:** з використанням класичного фортепіано, струнного оркестру, джазу, музики лаунж у виконанні ді-джея.
2. **Використання відео- та аудіоапаратури.**

«Жива» музика, як правило, використовується у закладах високого класу. Для цього до ресторану запрошують професійних музик та артистів. Якість музичного обслуговування залежить від їх професійного рівня, а музичний репертуар – від концепції створення закладу. Це може бути національна, класична, естрадна музика, джаз тощо. Для створення вишуканої атмосфери в залі може звучати музика у виконанні високопрофесійного піаніста, акордеоніста, скрипача, гурту музикантів та співаків тощо.

Використання сучасної аудіо- та відеоапаратури дозволяє не тільки озвучувати зали ресторанів, а й демонструвати відеофільми, футбольні матчі, дивитися інші спортивні передачі тощо.

Однією з останніх розробок у сфері звукової техніки стало «караоке», яке швидко набуло популярності по всьому світу.

Караоке – спеціальна технологія запису звуку на цифрових носіях при використанні якої на носіях окремими потоками у цифровому вигляді записуються всі інструменти, голоси та так званий «відео-ряд», в якому містяться відео-кліпи і тексти пісень. При відтворенні таких записів одночасно зі звукорядом (пісня або музика) на екрані демонструється відео-ряд.

Основним є те, що у будь-який момент можна відключити голос співака-виконавця (або всіх виконавців, якщо їх декілька), у той же час на екрані з'являться тексти пісень (у вигляді титрів), швидкість подання яких відповідає голосу-оригіналу. Слухаючи звукоряд і сприймаючи титри з екрана, люди співають у мікрофон і отримують можливість спробувати себе як співака.

При ресторані може бути організований широкий спектр послуг-розваг, що наближає такий заклад до клубного формату. Це може бути шоу-програма, дискотека, виступи фокусників тощо.

При поєднанні ресторану з нічним клубом ускладнюється робота з музичного обслуговування.

Стрижневим елементом концепції клубу стає особа ді-джея, який, створюючи музичні композиції, формує особливу атмосферу і настрої відвідувачів. Завдання його полягає у міксуванні (поєднанні) музики з ритмом таким чином, щоб перехід однієї композиції в іншу був практично непомітним.

У клубі можуть працювати одночасно декілька ді-джеїв. Кожен з них демонструє різні течії, стилі, напрями, використовує різні музичні прийоми. Для перевірки правильності вибору вони застосовують даплейти - авторські записи музичних композицій, які перевіряються на данс-полі (танцювальному майданчику) для виявлення сприйняття музики аудиторією. Періодично ді-джеї обговорюють особливості створених ними композицій, що сприяє подальшому розвитку цього напрямку розваг.

Важливе значення для забезпечення якісного музичного обслуговування має спеціальна апаратура, а також інжиніринг при проектуванні,

монтажі, інсталяції високоякісного обладнання для фонового озвучування будь-яких приміщень закладів ресторанного господарства.

2. Організація спортивного дозвілля

Постійно зростає кількість людей, матеріально забезпечених і здатними витратити певну кількість грошей для проведення свого дозвілля поза домом.

У денний час все більше число успішно працюючих людей стали приділяти свою увагу спорту, підтримці хорошої фізичної форми, відвідуючи при цьому:

- тенісні корти,
- басейни,
- тренажерні зали.

Можна сказати, що ведення здорового способу життя стає звичним.

Зростає число людей, здатних оплачувати свої розваги, тому привабливим виглядає створення місця, в якому б поєднувалися:

- послуги харчування,
- обслуговування,
- спортивні і розважальні послуги.

Місцем, що поєднує в собі атрибути спортивного відпочинку може бути *клуб*, що знаходиться у зручному місці, пропонуючи такі види послуг:

- більярд чи американський пул;
- дартс;
- боулінг.

Для занять цими спортивними іграми споживачу не потрібна спеціальний спортивний одяг, а обсяг отримуваних задоволень порівняний зі справжніми заняттями спорту.

Споживачі зможуть скористатися послугами бару в якому будуть подаватися велика кількість безалкогольних напоїв і коктейлів, і з спиртних напоїв будуть представлені різноманітні сорти вина і пива.

Більше міцне спиртне в барі продаватиметься за високими цінами, що дозволить створити попит серед споживачів на легкі напої.

Необхідним атрибутом клубу повинна бути «хороша» музика. Клієнт, приходячи в цей клуб, отримує цілий комплекс послуг, які в даний момент пропонуються частково деякими місцями відпочинку.

Клуб повинен бути оформлений на високому рівні і пропонувати послуги відмінної якості, тобто **постачати на ринок конкурентоспроможну послугу.**

Попит на спортивні розваги є постійним і мало залежить від сезонності.

Маркер – це людина, що працює в більярдних клубах, при ресторанах, кафе, стежить за правилами поведінки у більярдних столів, стежить за столами, кулями і киями, доглядає за більярдними інструментами.

Щоб бути маркером мало розбиратися в одному лише більярді. У такій професії потрібно як професіоналізм у грі, так і знання психології відвідувачів.

Як правило, місце маркера займають люди, щиро захоплені більярдом і мають досить високу кваліфікацію у цьому виді спорту.

Поєднання більярдної гри з послугами ресторанного господарства має позитивне значення, особливо при організації клубної гри. Робота більярдного клубу тим успішніша, чим більший обсяг наданих послуг – як основних (більярд), так і додаткових (бар, ресторан).

Більярдні клуби відкриваються сьогодні за трьома моделями:

- комерційною,
- спортивною,
- елітною.

В **комерційних більярдних клубах** більярд виконує роль магніту, що притягує споживачів, які хочуть відпочити з відповідним рівнем сервісу.

В *спортивних більярдних клубах* створюються умови для змагань і тренувань професіоналів-більярдистів, гра яких викликає великий інтерес у любителів цієї гри. У них є можливість проводити любительські турніри.

Послугами *елітних більярдних клубів* користуються люди з високими доходами. В основі їхнього комерційного успіху – створення ексклюзивної атмосфери комфорту за відповідну плату. Меню і винна карта там мають бути, як у ресторані і (або) барі високого класу.

В усіх більярдних клубах ціни на страви та напої мають бути дещо нижчими, ніж в аналогічних закладах, що компенсує значні витрати, пов'язані з орендою більярдних столів.

Для барів комерційних більярдних клубів *характерне споживання у великій кількості пива*, тому в преїскуранті передбачено не менше трьох видів розливного і до восьми видів пляшкового напою. Непоганий попит має і горілка. Присутні в меню також вино і коньяк, причому як порівняно дешеві, так і дорогі марки. Меню ресторану в основному складається з м'ясних страв та салатів. Може бути і меню, характерне для бару – мисливські сосиски і ковбаски тощо.

Бар елітного клубу за асортиментом напоїв повинен відповідати бару високого класу.

В меню ресторану елітного більярдного клубу може бути:

- до чотирьох перших;
- до 12 холодних страв і закусок,
- до п'яти гарячих закусок,
- до 25 других страв (60 % з них - страви із м'яса та риби),
- до восьми десертів.

З урахуванням «більярдної» специфіки готують спеціальні страви, які можна споживати в процесі гри, - невеличкі шашлики тощо. Споживач повинен мати можливість замовити страву у будь-якому місці більярдного клубу.

У **комерційних клубах**, де ресторану і бару надають великого значення, кількість місць значно більша за кількість більярдних столів.

У комерційних і спортивних більярдних клубах вважають, що зал для більярдної гри і споживання їжі не слід відокремлювати, оскільки поєднання гри та сервісного обслуговування створює специфічну атмосферу.

Одні відвідувачі приходять сюди не просто пограти, а й «покрасуватися на публіці», інші не тільки харчуються, а й спостерігають за грою як за своєрідним безплатним шоу.

В елітних більярдних клубах вважають, що зал для більярдної гри і споживання їжі та напоїв мають бути відокремленими.

Враховуючи, що розігрування партій на американському більярді легше, ніж на російському, ним частіше користується молодь і жінки.

Для створення якомога вищого рівня комфорту для споживачів у процесі гри на кожний стіл передбачено від 30 до 40 кв. м.

Для визначення загальної площі ігрової зали цю цифру перемножують на кількість більярдних столів, додають площу, необхідну для розміщення барної стійки, столів для споживачів, які користуються послугами кухні, а також столів і крісел, розміщених поряд з більярдними столами і призначених для відпочинку гравців та їхніх друзів.

При створенні більярдного клубу слід встановлювати *не менше 4-5 більярдних столів, оскільки відвідувачі не захочуть довго чекати і за наявності черги скористаються послугами конкурента.*

Розміщення більярдного клубу може бути доречним у людному і «спальних» районах, адже потенційні відвідувачі недорогих більярдних клубів неохоче їдуть у центр міста, а для клієнтів елітних клубів, які мають свій транспорт, час у дорозі не має суттєвого значення.

Для успіху роботи більярдного клубу важливе значення має якість більярдних столів. Крім того, вибирати слід столи тільки тих фірм, які гарантують їх подальше обслуговування і ремонт. У зв'язку з тим, що більярд планується вве-

сти до складу олімпійських видів спорту, то, безумовно, новий напрям бізнесу з використанням більярдних столів є перспективним.

Повноцінний боулінг-клуб – це не тільки кілька доріжок, набір куль і тапочок, але і ціла інфраструктура для відпочинку, де відвідувач може провести весь вечір.

Саме тому при виборі відповідного приміщення або при будівництві нового необхідно передбачити зручні під'їзні шляхи з боку транспортних магістралей і місце для паркування машин.

3. Організація розважальних шоу-програм

В умовах жорсткої конкуренції на ринку ресторанного господарства для залучення і збереження споживачів, які користуються певним закладом, необхідно створювати неповторну атмосферу, притаманну тільки даному підприємству.

Це досягається завдяки синергетичному ефекту багатьох факторів, таких як тематичний дизайн, якісне обслуговування, якісна або специфічна кухня і т. ін., а також правильна організація шоу-програм.

Для сучасного етапу розвитку ресторанного господарства характерна поява все більшої кількості закладів клубного формату, де шоу-програмам надається надзвичайно велике значення. В таких закладах на шоу-програму продаються білети, наприклад у нічних клубах. У більшості закладів ресторанного господарства вона не є головною статтею доходу. Важливим є те, що вдалий проект сприятиме задоволенню потреб споживачів в організації відпочинку та підвищить імідж закладу.

При цьому необхідно враховувати інтереси певних груп споживачів, перш за все їхній вік. Так, у молодіжних закладах слід забезпечити помірний вибір страв та напоїв, розважальні програми мають бути розраховані на постійних клієнтів, для яких безперервний рух є особливим стилем життя.

Друга важлива складова – інтереси споживачів, за якими їх можна поділити на дві основні групи: споживачі ресторанів і кафе сімейного типу та споживачі закладів «за інтересами» - кабаре, більярд, боулінг, кегельбан, фітнес-центр тощо.

Якщо більшість із перерахованих розваг надається одним закладом, то це заклад клубного типу.

Для досягнення мети розважальний заклад має надати споживачу програму за різними напрямками розважальної індустрії. Для цього він повинен мати:

- відповідні кадри співробітників, які добре знають свою справу;
- кілька танцювальних залів з якісним звуком та світлом, з «живим» діджеєм, з різними напрямками музики;
- коктейль-бар з феєричним представленням своїх коктейлів (фрістайл);
- ресторан з відмінною кухнею, відповідним обслуговуванням і «живою» музикою;
- більярд, боулінг;
- кілька залів «за інтересами»: джаз-зал або зал для перегляду відеофільмів.

У закладі ресторанного господарства можна організовувати такі розважальні програми:

- конкурси – найбільш проста розважальна шоу-програма. Гості самі беруть в них участь. Чим веселіше і цікавіше організований конкурс, тим яскравіші спогади про той чи інший заклад ресторанного господарства;
- циркові номери з участю жонглерів, фокусників, факірів, дресирувальників різних тварин;
- святкові заходи за інтересами забезпечуються спеціальними шоу-програмами, наприклад: презентація альбомів або відеокліпів відомого виконавця, творчі вечори, присвячені виходу на екран

нового фільму, ювілею відомого актора, показ колекції одягу відомого кутюр'є тощо;

- виступ професійного (професійних) ді-джея зі своєю власною програмою;
- виступи починаючих акторів. Вони корисні як для актора – молодий виконавець одержує можливість виступити перед широкою аудиторією, так і закладу та його гостям;
- виступи артистів розмовного жанру – акторів, сатириків, гумористів, пародистів, клоунів і т.ін., які завдяки особливому інтонаційному забарвленню, темпу і ритму вимовляння фраз чи віршованих рядків, силою звуку, мовною характерністю створюють неповторний образ того, про що або про кого розповідають;
- виступи «зірок першої величини», який надає можливість гостям побачити їх, одержати насолоду від їх виступу;
- виступи шоу-балету дає можливість одержати насолоду від хореографії та костюмів;
- організація змагань в клубі у вигляді шоу, наприклад з боулінгу або більярду;
- організація шоу-програм із сюрпризами, при цьому, як правило, запрошують представників засобів масової інформації.

Якість розважальних програм та різнобічність репертуару сприяє збільшенню попиту на послуги закладу ресторанного господарства. Але слід пам'ятати, що до вирішення цієї проблеми слід підходити комплексно: стійке становище закладу на ринку ресторанного господарства можливе в тому випадку, коли в ньому успішно поєднуються яскраве шоу, якісна кухня, висококласний сервіс і атмосфера свята, а також відповідність ціни та якості послуг.