СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПРОЦЕССЫ

УДК 640.43 DOI 10.26425/1816-4277-2021-11-164-167

Офицерова Наталья Андреевна
ассистент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация
ORCID: *0000-0003-2342-1337*
e-mail: *ofitserova.n@bk.ru*

РОЛЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СЕРВИСА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация. *В статье рассмотрен ресторанный бизнес с точки зрения не только предпринимательского, но и сервисного аспекта, который является фундаментальным. Выявлены причины, по которым люди посещают рестораны. Кроме физической потребности, рестораны выступают элементом познания и способом получения положительных эмоций. Сформулировано значение ресторанного бизнеса в формировании положительного эмоционального состояния людей. Выделены две формы эмоционального труда работника и влияние его эмоциональных состояний на результативность труда. Определена роль эмоционального интеллекта и коммуникативной компетентности в степени удовлетворенности клиента от посещения ресторана. Сделан вывод о важности развития эмоционального интеллекта. Сформулированы рекомендации по его развитию.*

Ключевые слова: *ресторанный бизнес, туризм, эмоциональный интеллект, эмоции, эмоциональный труд, сервис, психология, гастрономия*

Для цитирования: Офицерова Н.А. Роль эмоционального сервиса в ресторанном бизнесе// Вестник университета. 2021. № 11. С. 164–167.

Natalia A. Ofitserova
Assistant, State University of Management, Moscow, Russia
ORCID: *0000-0003-2342-1337*
e-mail: *ofitserova.n@bk.ru*

THE ROLE OF EMOTIONAL SERVICE IN THE RESTAURANT BUSINESS

Abstract. *The article considers the restaurant business from the point of view of not only the entrepreneurial aspect, but also the service aspect, which is fundamental. The reasons why people visit restaurants have been revealed. In addition to physical need, restaurants are an element of cognition and a way of experiencing positive emotions. The importance of the restaurant business in shaping people's positive emotional state has been formulated. Two forms of emotional labor of an employee and the influence of emotional states on work performance have been highlighted. The role of emotional intelligence and communicative competence in customer satisfaction with a restaurant visit has been determined. The importance of developing emotional intelligence has been concluded. Recommendations for its development has been formulated.*

Keywords: *restaurant business, tourism, emotional intelligence, emotions, emotional labor, service, psychology, gastronomy*

For citation: Ofitserova N.A. (2021) The role of emotional service in the restaurant business. *Vestnik universiteta*, no. 11, pp. 164–167. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-11-164-167

Введение

Двадцать первый век – это век информационно-сервисного общества. В наше время возрастает роль услуг в приобщении людей к культуре питания [5]. Ресторанный бизнес, как и любой другой вид бизнеса, нацелен на получение прибыли через оказание услуг, удовлетворяющих нужды потребителей. Ресторан объединяет в себе традиции, концепцию, философию обслуживания. Основное назначение предприятий питания – это не только предложение блюд и напитков, но и других услуг. Так, рестораны могут предлагать посетителям

© Офицерова Н.А., 2021.
Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).
© Ofitserova N.A., 2021.
This is an open access article under the CC BY 4.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

возможность послушать музыку, посмотреть кино или прямую трансляцию важного события, даже поучаствовать в процессе приготовления блюда.

Ресторанный бизнес значительно отличается от других видов бизнеса, обеспечивая реализацию социальной функции. Одна из задач предприятий общественного питания – сделать людей счастливее. Во всяком случае на момент пребывания гостей в ресторане эта задача должна быть решена. Здесь большое значение имеет эмоциональная составляющая ресторанного сервиса, которую реализует персонал. Эмоции – неотъемлемая часть жизни человека. Руководству следует понимать, что работа над ней повышает экономические результаты деятельности компании.

Эмоциональная составляющая труда персонала

Анализ эмоционального фактора возможен с точки зрения эмоций, которые испытывает потребитель в процессе непосредственного потребления услуги, и эмоциональной работы, которую осуществляет сотрудник, чтобы обеспечить посетителям комфорт и соответствовать их ожиданиям [2].

Большую ценность имеют сотрудники с развитым эмоциональным интеллектом. Под этим термином понимается умение сотрудников понимать эмоции посетителей предприятия и управлять ими, а также способность управлять и своим поведением, чтобы принимать грамотные решения [1]. Основные показатели эмоционального интеллекта – осознанность (понимание своих эмоций и их причин, определение влияния этих эмоций на окружение), мотивация (стремление достигать цели без привязки к получению денежному вознаграждения за это), социальные навыки общения (умение коммуницировать, укреплять социальные связи), эмпатия (понимание эмоционального состояния окружающих, способность к сопереживанию), управление своими эмоциями (умение контролировать свои эмоции и разрушительные импульсы, перенаправлять их). Чтобы повысить качество эмоционального труда сотрудников, руководитель должен начать с себя.

Выделяют две формы эмоционального труда: поверхностную и глубинную [2]. Поверхностная форма предполагает демонстрацию сотрудником положительной реакции на грубость клиента, хотя на самом деле он испытывает злость и раздражение. При глубокой форме сотрудник стремится разделить восприятие сложившейся ситуации с клиентом и понять его чувства. Он контролирует свои эмоции, чтобы согласовать их с целями организации. Следует отметить, что последствием этого может стать эмоциональное выгорание, которое приведет к снижению показателей деятельности организации в целом. Решением является деятельность руководства, направленная на создание настоящих эмоций сотрудников. Глубинной форме эмоционального труда будет способствовать небезразличное отношение к сотрудникам, внедрение работающих тренингов по управлению эмоциями, то есть все действия руководства, которые развивают эмоциональный интеллект сотрудников.

Качество услуг напрямую зависит от успешного взаимодействия гостя и сотрудника заведения. Все это также определяет актуальность изучения вопроса влияния ресторанного бизнеса на психоэмоциональное состояние человека. Учитывая, что конкуренция в данной сфере постоянно возрастает, то особенно важно создавать условия, при которых гостю хотелось бы возвращаться в заведение снова и снова.

При этом не всегда таким условием является только вкусная, качественная и необычная еда. Кроме того, важна особая обстановка, повышенное внимание к каждому гостю и искренняя забота о них. Важно рассматривать не только предпринимательский аспект этой деятельности, но и сервисный. Деятельность сферы услуг основана преимущественно на контакте потребителя и персонала [3]. От их эффективного взаимодействия зависит впечатление от посещения ресторана и решение о повторном визите. Этим объясняется необходимость коммуникативной компетентности.

Ключевые эмоциональные навыки персонала

Следует учитывать, что в настоящее время преобладают гости «новой формации», поэтому сотрудников необходимо ориентировать на модель поведения, которую они требуют. Так, сотрудники должны всегда искать решение проблемы, чтобы не вызвать у гостя недовольство и раздражение. Именно эти отрицательные импульсы запоминаются бессознательной частью психики. Его проблема может показаться сотруднику простым капризом. Более того, впоследствии гость из-за этого даже может и не объяснить причину, по которой не хочет обращаться в заведение, потому что в тот момент у него был плохой день или просто плохое

настроение. Умение решить любую проблему и исполнить любой каприз (безусловно, в рамках разумного) повысит лояльность потребителя и положительно скажется на его эмоциональном состоянии, если до посещения заведения произошло неприятное для него событие. Персоналу ресторана важно понимать, что человек подвержен воздействию внешних факторов и личных внутренних состояний.

Сотрудники должны уметь вовремя «исчезать» и быть рядом с гостем тогда, когда им это действительно нужно [6]. Зачастую гости хотят сосредоточиться исключительно на еде и на общении, не отвлекаясь на вопросы официанта о том, понравилась ли еда, могут ли они забрать тарелку. Нередко это происходит весьма настойчиво, что начинает вызывать раздражение у гостя. Конечно, это всего лишь вежливость и внимательность со стороны сотрудника, но нужно уметь чувствовать настроение гостя и читать его реакцию по глазам. Невербальное поведение гостя позволяет получить работникам информацию о его темпераменте, характере и других важных характеристиках, что помогает скорректировать стиль взаимодействия с клиентами и друг с другом.

Степень общительности гостя может изменяться в зависимости от фазы дня. Замечено, что утром люди более молчаливы, а вечером проявляют речевую активность. Это явление изучалось психологами.

Отношение гостей к ресторану часто бывает неустойчивым, что объясняется самыми разнообразными причинами, в том числе даже разовой неудовлетворенностью сервисом.

Сотрудники должны научиться транслировать доброжелательность в любой ситуации, так как их настроение передается гостю. Персонал может столкнуться с синдромом выгорания, когда теряется желание работать и смысл всех сделанных усилий для достижения определенного статуса на работе. Это может отражаться на гостях в виде проявления грубости, а также в отношениях с коллегами. Руководству важно управлять сотрудниками, чтобы они не выгорали. Свою команду надо слышать, иначе можно остаться без нее и без хороших идей.

Стоит отметить, что люди становятся более мобильными, совершают частые поездки, все чаще проводят праздники вне дома – это становится одной из причин активного развития ресторанного бизнеса.

Ресторанный бизнес в современных условиях

Ресторанный бизнес ранее характеризовался исключительно как место, где можно удовлетворить гастрономические потребности, так как эта деятельность недостаточно исследовалась в таких сферах, как социология, менеджмент, психология, философия [4]. Посещая ресторан, человек начинает испытывать чувство комфорта и высокого качества жизни. Особенно это проявляется при нахождении в высококлассном ресторане. Посещение ресторана может способствовать появлению амбиций и желанию действовать для профессионального роста. Посещение ресторана – это некий атрибут статуса человека. Это явление стало нормой жизни людей.

Ресторанный бизнес скорее продает не еду и напитки, а эмоции и возможность хорошо провести время. Люди платят, в том числе, и за интерьер, и за красивых людей вокруг, и за сервис.

Пандемия коронавирусной инфекции сильно повлияла на деятельность предприятий питания. Многие заведения, адаптируясь к новым условиям, попробовали доставку еды на дом, но полностью на этот формат перейти нельзя. Это лишь дополнительный канал, который повысит продажи. Доставка – это совершенно иной вид бизнеса. Деятельность ресторана складывает из сотен деталей. Люди приходят в них не поесть. Они хотят получить ощущение праздника. Это способ получить дополнительные положительные эмоции, сменить обстановку, узнать кухни других стран мира. Рестораны и другие предприятия общественного питания могут располагаться в интересных локациях, что сделает этот поход небольшим путешествием. Ужин дома и ужин в ресторане – это абсолютное разные вещи. Первое выступает частью досуга.

Вместе с тем можно выделить глобальную проблему ресторанного сервиса, который включает техническую и эмоциональную составляющую. При этом упор делают преимущественно на первую, важность которой нельзя переоценить, но фундаментальным выступает именно сервисный компонент. В этом и заключается проблема. Сервис имеет отношение к эмоциональным связям. Выстроив их, можно получить поток постоянных и лояльных клиентов. Этот сервис создают именно люди. Актуальным является процесс обучения людей, желающих работать в этой сфере. Задача подготовки персонала – дать людям понимание того, зачем они идут работать в эту сферу, изменить представление о ряде профессий. Например, работа официанта далеко не такая простая, как может показаться, хотя ее зачастую воспринимают временной подработкой студентов в летний период, считают непрестижной и даже стесняются. В действительности она требует

находчивости, специальных знаний, коммуникативных способностей. Официанты это искусные психологи. В противном случае их деятельность повсеместно заменили бы роботы.

Заключение

Таким образом, эмоциональный интеллект выступает одним из тех ресурсов, что позволяет эффективно управлять бизнес-процессами организации. Эмоциональный интеллект помогает делать работу более открытой, продуктивной. Он положительно влияет на мотивацию сотрудников, повышает их инициативность, что впоследствии отражается на показателях эффективности работы предприятия, ведь за это отвечают усилия каждого отдельно взятого сотрудника. Тренировать навыки эмоционального интеллекта могут помочь деловые игры на сплочение команды, бизнес-квесты, погружающие в реальную ситуацию, коллективное обсуждение происходящего, обратная связь (в том числе индивидуальные встречи с руководителем, где часть времени уделяется вопросам нерабочей жизни, что повышает доверие в отношениях), использование методики «Я-сообщений», демонстрирующей реальное состояние человека.

Библиографический список

1. Аникина, Е. Н., Макарова, А. Н., Фоменко, О. С., Успенская, М. Е. Роль эмоционального сервиса в ресторанном бизнесе // Научный вестник МГИИТ. – 2020. – № 2 (64). – С. 59–70.
2. Бацына, Я. В. Эмоциональный аспект качества услуг в индустрии гостеприимства // Успехи современной науки и образования. – 2017. – Т. 1, № 6. – С. 67–70.
3. Вахромеева, А. Г. Роль ресторанного бизнеса как составной части индустрии туризма // Синергия Наук. – 2017. – № 9. – С. 77–83.
4. Геворкян, Г. Г. Психологические детерминанты эффективности функционирования ресторана как заведения сферы услуг // Гуманизация образования. – 2016. – № 2. – С. 107–113.
5. Рождественская, Л. Н., Главчева, С. И., Чередниченко, Л. Е. Гостеприимство и сервис в индустрии питания: учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2020. – 179 с.
6. 7 ключевых «эмоциональных» навыков персонала ресторана // Restoranoff.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://restoranoff.ru/solutions/management/7-klyuchevykh-emotsionalnykh-navykov-personala-restorana/ (дата обращения: 12.08.2021).

References

1. Anikina E. N., Makarova A. N., Fomenko O. C., Uspenskaya M. E. The role of emotional service in restaurant business, *Scientific Bulletin MSIIT*, 2020, no. 2 (64), pp. 59–70. (In Russian).
2. Batsyna Ya. V. Emotional aspect of the quality of services in the hospitality industry, *Success of Modern Science and Education*, 2017, no. 6, pp. 67–70. (In Russian).
3. Vakhromeeva A. G. The role of the restaurant business as part of the tourism industry, *Sinergiya Nauk*, 2017, no. 9, pp. 77–83. (In Russian).
4. Gevorkyan G. G. Psychological determinants of restaurant functioning effectiveness as a service industry enterprise, *Humanization of Education*, 2016, no. 2, pp. 107–113. (In Russian).
5. Rozhdestvenskaya L. N., Glavcheva S. I., Cherednichenko L. E. *Hospitality and service in the food industry: training manual*, Moscow, Infra-M, 2020, 179 p. (In Russian).
6. 7 key “emotional” skills for restaurant staff, *Restoranoff.ru*. Available at: https://restoranoff.ru/solutions/management/7-klyuchevykh-emotsionalnykh-navykov-personala-restorana/ (accessed 12.08.2021).