

# **Секція 1. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОДУКЦІЇ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ХАРЧОВОЇ ІНДУСТРІЇ**

## **НАВЧАЛЬНЕ МЕНЮ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ГОСТЕЙ РЕСТОРАНУ**

**Адамова К.О., гр. ТХ-14м**

Науковий керівник – доц. **Б.Б. Ботштейн**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Протягом існування індустрії гостинності та розваг було використано безліч способів збільшення продажів. Деякі з них успішно зарекомендували себе і увійшли в класичні навчальні посібники, інші були випробувані, відкинуті й забуті.

Збільшення продажів у рестораних закладах багато в чому залежить від персоналу, особливо від офіціантів, вони – обличчя закладу, його «візитна картка». Відмінне знання меню – це прямий обов'язок офіціанта. Експерти вважають, що співробітник, який добре освоїв меню, здатний «продавати» на 20–40% більше, ніж інші офіціанти.

Спеціальне навчальне меню – це меню, в якому міститься вичерпна інформація по кожній страві, для поліпшення сприйняття розбивається на складові. Таке меню допомагає офіціантам швидко вивчати нові позиції і закріпити в пам'яті старі. Посібник має містити фото зі зразковою подачею страви, розділ інгредієнтів, опис з використанням барвистих прикметників, маловідомих фактів про страву, відомості про гарніри, з якими краще подавати страву, час подачі, сумісність страв з іншими позиціями меню ресторану тощо. Отримуючи дані послідовно, офіціант зможе побудувати в голові взаємозв'язок і провести аналогії. При складанні навчального меню розташовують поруч ті страви, до складу яких входять однакові інгредієнти. Такий підхід дозволить офіціанту запам'ятовувати кілька страв за раз і швидко знаходити відмінності між ними.

Одним з ефективних способів підвищення продажу та лояльності гостей є метод «Ялинка». Він простий, не вимагає витрат на впровадження та побудований на пропозиції альтернативи вибору. В основі методу лежить принцип поділу. Запитання, які ставить офіціант, повинні розбивати меню або його розділи на частини. Таким чином, відповідаючи на питання офіціанта, гість вибирає потрібні йому страви з представленого різноманіття позицій в меню. При цьому метод «Ялинка» в першу чергу ставить за мету продати те, що максимально вигідно ресторану з метою одержання максимального прибутку.