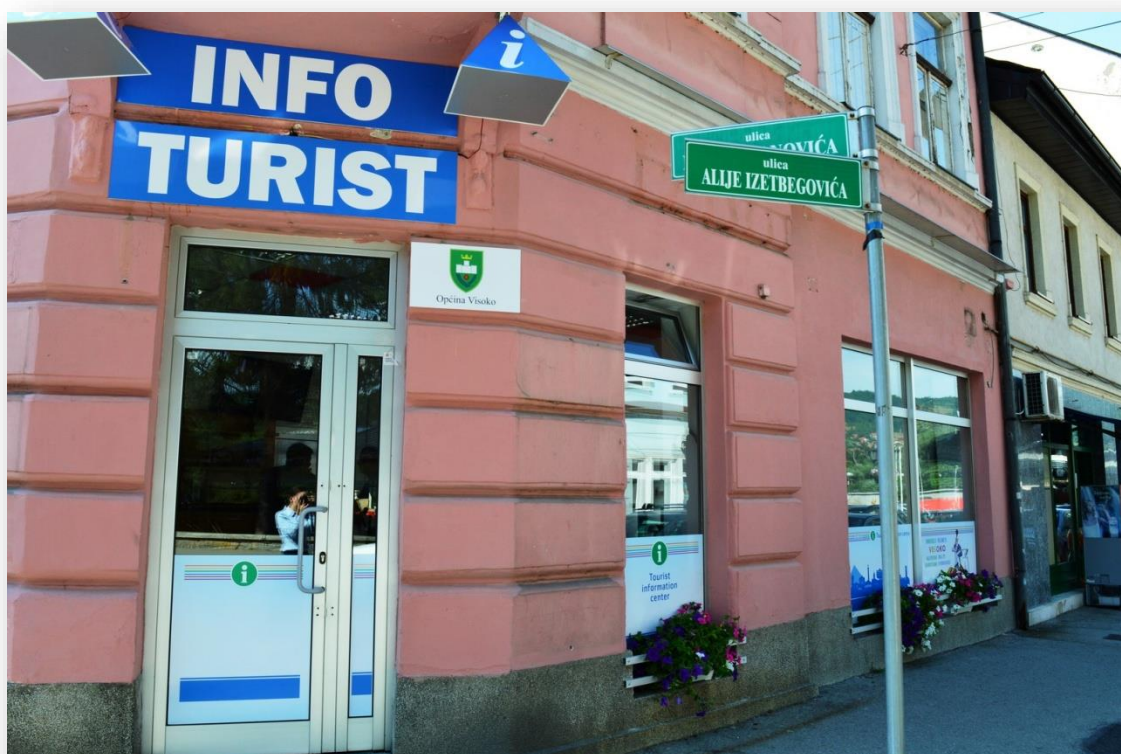


GRAD VISOKO
TURISTIČKI INFO CENTAR VISOKO



***PRIRUČNIK ZA RESTORANE I DRUGE
UGOSTITELJSKE OBJEKTE***

VISOKO, 2019

KAKO PRIPREMITI RESTORAN I DRUGE UGOSTITELJSKE OBJEKTE ZA NOVU TURISTIČKU SEZONU?

Uvod

Ugostiteljstvo je jedna kompleksna privredna djelatnost, koja podrazumijeva pripremu, proizvodnju i usluživanje hrane, pića i napitaka, kao i pružanje usluga smještaja u namjenski uređenim i opremljenim prostorijama.

Dakle, ono podrazumijeva dva sektora:

1. Sektor ishrane (priprema, proizvodnja i usluživanje hrane, pića i napitaka);
2. Sektor smještaja (iznajmljivanje smještajnih jedinica);

U ovom upustvu bit će prije svega riječi o sektoru ishrane, odnosno na koji način ugostiteljski djelatnici trebaju pristupiti organizaciji i poslovanju objekta s ciljem zadržavanja gostiju.

Gostoprimstvo odnosno gostoljubivost se definira kao srdačno primanje ili dočekivanje gostiju, obuhvaća odnose i procese između gosta i domaćina na način da gostu dajemo do znanja da je dobrodošao, da uvažavamo njega, njegovu kulturnu, vjersku i nacionalnu pripadnost. Ljubazan odnos prema gostu je etička vrijednost, a predstavlja sredstvo za postizanje konačnog cilja u turizmu i ugostiteljstvu, a to je ostvarivanje uspješnih poslovnih rezultata. Upravo strategija razvoja turizma i ugostiteljstva zasniva se na potrebama i željama gostiju, koje se konstantno mijenjaju.

Jedan od ciljeva ovog upustva je analiza gosta kao korisnika usluga, definisanje njegovih potreba i želja, kao i odgovor na pitanja kako i na koji način se ugostiteljski djelatnici trebaju ophoditi prema gostu, koji predstavlja ključni faktor njihovog poslovanja.



Zadovoljan gost je najbolja reklama za jedan ugostiteljski objekat.

1. Kako urediti ugostiteljski objekat i pripremiti ga za nastupajuću turističku sezonu?

Restoran je mjesto gdje brojni ljudi dolaze jesti, slaviti i družiti se. Tokom tog vremena žele se osjećati ugodno i opušteno.

Kod uređenja i restauracije objekta potrebno je imati jasan cilj onoga što želimo postići kao krajnji proizvod.

Neka od pitanja koja su važna prije dizajniranja odnosno pripreme ugostiteljskog objekta su:

- Koje je ciljano tržište i ko su ciljani gosti?
- Šta se planira imati na jelovniku ili meniju?
- Koji nivo usluge se planira gostima pružati?
- Šta je to što bi ugostiteljski objekat razlikovalo od konkurencije?
- Koliki je novčani dio koji vlasnik želi uložiti ili kojim raspolaže?

Da li su gosti stariji i konzervativniji, ili su porodično orijentisani, ili su poslovni ljudi, ili su mlađi i moderniji, iz kojih krajeva turisti najviše dolaze, da li dolaze pojedinačno ili grupno, koliko često vraćaju i dr. Lokacija i sredina ugostiteljskog objekta je također važna, kao i sve ono što turisti/gosti vide, čuju i osjete, sav taj cjelokupni ugođaj utiče direktno na stepen zadovoljstva posjetitelja. Potrebno je ujediniti sve aspekte ugostiteljskog poslovanja – od restoranskog imena, jelovnika, pa sve do usluge.

Zbog toga potrebno je razmisliti o nekoliko komponenti, kao što su:

- odrediti kakav stil uređenja vlasnik želi primjeniti u svom objektu;
- težiti jednostavnosti sa smislom za dizajn;
- izbjegavati kičeraž i prenatrpanost stvari;
- umjetno cvijeće, voštane figure i ostale suvišne detalje odstraniti;
- stolove rasporediti tako da svaki gost u svakom trenutku ima svoju privatnost;
- funkcionalno rasporediti namještaj i ne pretrpavati prostor;
- u uslužnom prostoru imati raznovrstan namještaj (klupe, visoke i niske stolove i stolice, ugaone garniture);
- stilski odabrati boje unutar objekta;
- ubaciti nekoliko ukrasnih detalja, koji će obogatiti prostor;
- urediti dekorativno osvjetljenje prostora, koje će tokom noći dati jedan poseban ambijent prostoru;

- terase tokom ljeta zaštititi od sunca i dekorisati cvjetnim aranžmanom;
- muzika treba biti umjerene jačine, ne smije bit preglasna, kako bi gosti normalno komunicirali;

Prije početka nastupajuće turističke sezone svaki ugostiteljski djelatnik trebao bi se posvetiti sljedećem:

1. izvršiti deratizaciju, dezinfekciju i dezinfekciju cjelokupnog prostora;
2. provjeriti ispravnost uređaja i ugostiteljske opreme;
3. provjeriti elektro- instalacije , ispitati elektro i plinske uređaje i njihovu efikasnost u radu (ukoliko postoji bilo kakav kvar otkloniti ga);
4. ukoliko postoje bilo kakva mehanička oštećenja unutar i izvan objekta sanirati ih;
5. provjeriti i pročistiti vodovodni sistem i sve elemente povezane sa odvodnjom vode i druge vrste tečnosti;
6. provjeriti klimatizovane ventilacijske sisteme i uređaje;
7. ispitati telefonske i internet priključke;
8. poboljšati i obogatiti kuhinjski i uslužni inventar;
9. prostorija gdje se uslužuju gosti mora imati dobro osvijetljenje i prozračivanje;

Na ovo obratiti posebnu pažnju. Prostor uvijek mora odisati svježinom i mirisom. Prirodno svjetlo je najbolji ugođaj za gosta. Za vrijeme doručka: potrebno je puno svjetla, tako da gosti mogu pročitati jutarnje novine, dok uživaju u kafî i doručku. U toku ručka dovoljno je prirodno osvijetljenje, a večernji sati zahtijevaju svjetlo niskog intenziteta za stvaranje intimne i ležerne atmosfere.

10. na prozorima i ostalim otvorima provjeriti zaštitne mreže, koje štite od prodora insekata, glodara i drugih mogućih štetnika;
11. urediti ljetnu baštu ili terasu i pripremiti ih za ljetni period;
12. istaknuti i korigovati radno vrijeme na ulazu objekta;
13. po potrebi, kontaktirati i angažovati dodatno radno osoblje;
14. raditi na promociji i marketingu objekta;

Nekoliko savjeta kako reklamirati svoj objekat:

- prisutnost na internetu (web stranica, Google lokacija, profili na društvenim mrežama...);
- kreirati promotivne flajere (flajeri koji sadržavaju ponudu restorana i dodatne sadržaje gosti rado ponesu sa sobom);
- Flajere s ponudom potrebno je postaviti na vidljiva mjesta, npr. na izlazu iz objekta, na poštanskim sandučićima itd. U svijetu postoji sve više vegetarijanca, vegana, dijabetičara i ljudi s alergijama na određenu vrstu hrane, te ljudi koji objeduju prema vjerskim aspektima. Ovi posebni jelovnici, će nadopuniti glavni jelovnik.

Objekti koji na raspolaganju imaju jelovnike za posebne grupe gostiju, su na velikom dobitku, te se mogu pohvaliti uslugom na visokom nivou.

- *konstantno ažuriranje novih sadržaja i informisanje što većeg broja ljudi;*
- *povezati se s nekoliko smještajnih kapaciteta, u kojima će se turistima preporučiti naziv i usluge restorana;*
- *na led panelima postavljenim na prikladnim mjestima svakodnevno nuditi specijalitete restorana i nove sadržaje u ponudi;*

15. po mogućnosti posjetiti neke sajmove koje su povezane sa ugostiteljstvom, radi bolje informisanosti;

16. raditi na unapređenju ugostiteljske ponude u svim segmentima usluge;

17. odrediti ciljanu grupu gosta i pokušati prilagoditi svoju uslugu njima;

18. po mogućnosti nagraditi radno osoblje određenim bonusima, jer samo motivirano osoblje je produktivno osoblje;

Nekoliko savjeta kako motivisati osoblje:

- *konkuretske plaće;*
- *prepoznati trud i napore svakog uposlenika i nagraditi ga;*
- *poslodavac sa osobljem dogovoriti radno vrijeme i pridržavati se toga;*
- *imati sa osobljem prijateljski odnos i izvan radnog vremena;*
- *nagrada za osoblje kroz bonuse i povlastice;*

19. ako restoran ili drugi objekat posjeduje baštu, poželjno bi bilo kreirati i osigurati prostorni kutak za djecu, ali voditi brigu o bezbjednosti djece;

20. na terasama posebno aktivirati rashladne uređaje, dekorativnu rasvjetu, postaviti uređaje koji će tjerati insekte, mušice i ostale napasnike;

- *Dizajnerski elementi u ugos. objektu se najbolje očitavaju u rasvjeti. Moderno dizajnirane stolne lampe, kristalni lusteri, dizajnerske svjetiljke postali su uobičajena pojava u novim restoranima. Izbor boja treba da bude specifičan, te da u potpunosti podržava koncept ugostiteljskog objekta. Savremeni trendovi skloniji su jakim kontrastima, ili nekoliko boja koje treba da budu u skladu.*

21. u unutrašnjosti i u vanjskom dijelu objekta istaknuti Wi-fi i password kako bi svakom gostu bilo vidljivo;

22. omogućiti da prilaz ugostiteljskom objektu bude pogodan za sve goste (uzeti u obzir starije osobe i osobe s invaliditetom);

2. Kako osvježiti i obogatiti jelovnik novim sadržajima prateći želje turista/gosta?

Nove, svježe stavke na jelovniku koje su prilagođene toplijem vremenu su pravi mamac za nove goste – a i oni stalni posjetioc i će biti zahvalni na ponuđenom osvježanju. Osim onih standardnih tradicionalnih vrsta jela, po kojem je određeni objekat prepoznatljiv, poželjno bi bilo kreirati potpuno nove menije prilagođene novim zahtjevima gosta, a u skladu sa savremenim trendovima ugostiteljstva.

Pri osmišljavanju nove ponude jela i pića važno je dobro poznavati i gastronomske trendove ali i kalkulacije po normativima. Trendovi su nešto što će izdići prosječan restoran od većine ostalih, uz dobru reklamu i priču koja stvara zadovoljstvo gosta. Ipak, kuhar je ključna osoba koja bi trebala kreirati tu novu ponudu, ali čak ako je stvara netko drugi, poput profesionalnih timova (danas dostupnima svima putem brze internet komunikacije) kuhar je taj koji treba njihovu ideju provesti u djelo i, jasno, uz pomoć vještih konobara te novitete i prezentirati.

Jelovnici su uspješni i služe kao dobra reklama, jedino ako ispunjavaju ključne zahtjeve, kao npr. da su: sezonski, vizualno ugodni, profinjeni, jasni, raznoliki, ciljani za određenu skupinu gostiju, te svakako moraju biti vjerodostojni.

Obzirom da oko 90% gostiju, kad uđu u restoran još uvijek ne znaju što žele jesti, te 85% njih pažljivo pregledava i lista jelovnik (prosječno 5 minuta), može se reći da on ispunjava važne zadatke.

Prateći zahtjeve turiste/gosta, svaki ugostiteljski objekat u svoju ponudu trebao bi obavezno ubaciti i razmisliti o sljedećem:

1. kreirati specijalnu ljetnu ponudu kroz nove menije, u kojima će preovladavati sezonsko voće i povrće, kao i začinsko bilje;
2. uvesti u ponudu ljetne alkoholne i bezalkoholne napitke, koktele, šejkove, ledenu kafu, i ostala pića od svježeg voća;
3. kreirati posebne menije za osobe koje konzumiraju vegansku i vegetarijansku prehranu;
4. ubaciti i bezglutensku, bezlaktoznu prehranu, kao i jelovnike za dijetalce;
5. ubaciti u jelovnik i jela od integralnih žitarica, kao i od organski proizvedenih plodova;

6. osmisлити i posebno kreirati specijalitet ugostiteljskog objekta;
7. preferirati dnevne ponude i ponuditi ih gostima;
8. poželjno bi bilo uvesti i posebne vrste jelovnika namijenjene posebnim skupinama gostiju, kao što su: *jelovnik za djecu, za starije osobe, za sportaše, za makrobiotičare;*
9. u ponudi uvrstiti i dio mediteranske kuhinje;
10. domaći sokovi, liker i kokteli od svježeg voća i povrća također su veoma popularni;
11. sva ponuda treba biti prevedena na bar jedan strani jezik;

Ovu specijalnu ponudu, specijalne jelovnika, kao i dnevne menije najbolje bi bilo prezentovati na način da bude vidljiv gostu. Klasične oblike jelovnika, kao i menije treba odstraniti, i težiti ka novitetima prateći moderne standarde.

Najučinkovitiji načini su:

- putem flajera (promotivni materijali, koji su lahko upečatljivi, mogu se staviti na stolove, na šank, na ulaz u objekat, i gosti ih rado nose sa sobom);
- drveni jelovnici su upečatljivi, drugačiji i atraktivni gostu;
- ispred ugostiteljskog objekta na prikladan i učinkovit način istaknuti dnevnu ponudu menija, specijalne jelovnike, kako bi bilo vidljivo svakom prolazniku i skrenulo pažnju potencijalnom gostu;

3. Kodeks ponašanja radnog osoblja (konobara) prema gostu

Da bi gost bio zadovoljan uslugom u nekom ugostiteljskom objektu, poželjno bi bilo da se zaposleno osoblje pridržava sljedećeg:

- osmijeh na licu i riječi dobrodošlice konobara ili šefa sale uvijek treba da dočeka svakog gosta;
- gostu se uvijek obraćati sa „ *Vi* “
- ponuditi pomoć gostu pri odabiru stola i oko izbora jela ako to gost zahtjeva;
- na svaki upit gosta odgovarati ljubazno i otvoreno;
- biti spremno na specifičnost svakog gosta, njegov mentalitet i kulturu zemlje ukoliko je strani gost u pitanju;
- biti uvijek korak ispred gosta i uvijek na usluzi;

- gost je briga konobara sve dok on ne napusti objekat;
- neophodno je znati bar jedan strani jezik;
- dobro se informisati o svakom jelu, specijalitetu, poslastici ili piću, kako bi se gostu što bolje dočarala određena vrsta jela;
- biti upućen u turistička kretanja u lokalnoj zajednici i šta je trenutno najatraktivnije,
- ukoliko gost ima prigovore na nešto treba ga saslušati, ne raspravljati se s njim, nego težiti ka rješenju nastalog problema;
- zdrava direktna komunikacija s gostom je ključ uspjeha poslovanja;
- biti ljubazan ali nenametljiv;
- biti fleksibilan i posjedovati brzinu, jer to je vrlina koju gost uvijek očekuje;
- narudžba se uzima s lijeva na desno;
- ne požurivati gosta s narudžbom;
- prije uklanjanja praznih tanjira, čaša i ostalog pribora uvijek tražiti saglasnost gosta;
- gost ne smije izaći iz objekta neopaženo;
- prema svim gostima imati podjednak pristup bez obzira na usluge koje su koristili i visinu računa koji su ostvarili;
- ukoliko je zimsko doba, gostima je potrebno pružiti pomoć pri odijevanju kaputa i drugih odjevnih predmeta, prije svega damama;
- konobar treba obratiti pažnju na stol i provjeriti je li slučajno nešto ostalo od ličnih stvari gosta (telefon, novine, knjiga, kišobran i sl);
- goste uvijek ispraća konobar koji ih je uslužio, kao i šef sale;
- sa osmijehom na licu ispratiti gosta, zahvaliti mu na dolasku i pozvati ga da opet dođe;

Svaki ugostiteljski djelatnik trebao bi biti upoznat sa onim što je gostu najvažnije, kada je u pitanju usluga, a to je:

1. brz odgovor na zahtjev (gost je uvijek prioritet);
2. topao i ljubazan način komuniciranja (prijateljska komunikacija);
3. stav “ mogu i hoću “ (kompletna usluga);
4. entuzijazam i radost u obavljanju radnih zadataka (sa zadovoljstvom pružati usluge gostu);
5. urednost i pedantnost u izgledu i u odjevanju;
6. osmijeh i pozdrav (najbolji znak dobrodošlice);
7. prepoznati i preduhitriti potrebe gosta;
8. zaposlenik kontroliše da li je usluga izvršena prema želji gosta;

Kao zaključak može se konstatovati da odnos prema gostu zahtijeva osposobljeno i motivirano osoblje koje zna ljubazno, uslužno i učinkovito komunicirati, te se pridržavati kodeksa ponašanja prema gostu, jer samo je zadovoljan gost onaj koji se vraća i zadovoljan gost je najbolja reklama za jedan ugostiteljski objekat.

Amela Jusufović
Bakalaureat turizma i zaštite životne sredine
Turist info Visoko, 2019