

ЗАГЛАВИЕ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО:

Как ресторантите се адаптират към пандемията?

Наименование на организацията:

„ДАРО“ бистро

Държава и сектор на организацията:

БЪЛГАРИЯ, ресторантьорство

Тип организация:

- Бизнес компания
- Публична организация
- **Частна фирма**
- НПО
- Друго:

Размер на организацията:

- **малка**
- средна
- голяма

Кратко описание на организацията:

„ДАРО“ е малко бистро в центъра на София, основано през 2016г. и с персонал от около 8-10 човека.

Кратко описание на изследването:

Малките и семейните компании са тези, за които може да се каже, че са били най-засегнати от пандемията. Много от тях биха искали, но не могат да се възползват от държавната подкрепа за бизнеса, тъй като не отговарят на изискванията. Дарин Стойков управлява бистро „ДАРО“ в центъра на София и описва стратегията им за справяне с извънредната ситуация с COVID-19 и как

са се справили с локдаун. Интересно е да се анализира какви дейности са реализирали, за да запазят персонала си.

Ключови думи:

Локдаун, гостоприемство, семеен бизнес, мерки, репутация, адаптивност, доставки на храна

ПРОФИЛ НА НАЙ-ДОБРА ПРАКТИКА

ДЕТАЙЛНО ОПИСАНИЕ

Г-н Дарин Стойков казва, че първите две седмици след обявяването на извънредното положение са били кошмар за бизнеса му, тъй като ситуацията е била изключително неприятна и непозната за всички. Той описва положението по следния начин: „Каквото и решение да е било вземано, то е било грешно и сменяно всеки следващ ден. На 13 март 2020г., когато правителството обяви първото блокиране на страната, имаше нареждане, с което затвориша нашия малък ресторант за неизвестен период от време. Ние можехме да отваряме и работим само за доставки до дома.“ Всичко това се отразява негативно на него и на целия персонал на заведението му.

Преди пандемията значителна част от оборота на бистрото на Дарин се генерираше от чужденци. В пандемичната обстановка, обаче, бяха прекратени от раз всички международни пътувания, които бяха един от основните източници на доходи за него. През март 2020г. оборотът на заведението на ден падна до 70-80 лв. на ден и стана с почти 7-8 пъти по-малък от този в същия период година по-рано.

Дарин инициира няколко мерки. Най-важното за него беше да промени начина на счетоводство и на вътрешна организация, тъй като вече беше необходимо да се вземе предвид намаляването на оборота и риска, ако някой се зарази с COVID вируса. Когато имате само 1 или 2 готвачи, наистина е важно да ги мотивирате да останат на работа и да правите всичко възможно, за да ги поддържате в добро здраве. Компанията започна да планира краткосрочно. Организирахме доставките чрез различни платформи и приложения за смартфони: foodpanda, Deliveroo и др. В нашия случай не е възможно да се работи от къщи, но сервитьорите помагаша в администрацията и доставките.

ОБОСНОВКА

Основните мотиви за тази стратегия бяха запазването на бизнеса и бързото адаптиране към ситуацията. Собственикът на бизнеса знаеше, че трябва да съсредоточи всичките си усилия в електронната търговия и доставките. Всички негови служители бяха включени в този нов начин на работа.

Разбира се, нуждите се промениха, така че той трябваше да промени някои от задълженията на своя персонал. За съжаление, те се сблъскаха с много проблеми: липса на мотивация, страх от загуба на работа, страх от провал... Дарин се страхуваше, че качеството на храната, която предлагаше преди, ще се компрометира, тъй като с доставките на храна не може винаги да запазиш презентацията и температурата на храната, така както би била сервирана в чиния в ресторанта.

Той разбра важноста за бъдещето на компанията да направи от работното място по-позитивна и желана среда и да поддържа оптимистично отношение към труда у своите служители в тези трудни времена.

ЦЕЛИ

Той имаше за цел да:

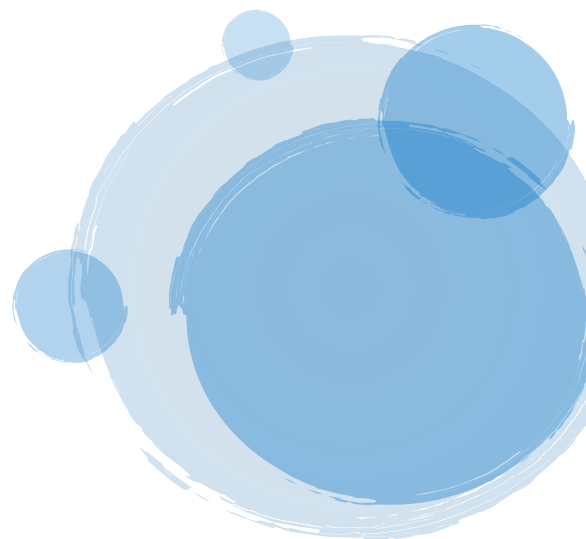
- задържи своите служители
- разработи нов начин за „доставяне на удоволствие на клиентите чрез храна“ с доставки до дома
- се направят промени в менюто поради новия начин на “поднасяне” на храната
- изгради доверие, тъй като се надяваше, че след локдауна хората, които се хранеха в ресторанта му, ще се върнат отново там
- поддържа добрата репутация на компанията

РЕЗУЛТАТИ

Беше стресиращо за целия им екип, но те са сигурни, че дългосрочните въздействия са положителни, тъй като тази криза им помогна да направят диверсификация и рационализация на работата си, а именно: променят менюто, предлагат нова услуга - кетъринг за събития или домашни партита, отварят нов начин на търговия с доставки на храна.

ПОУКА

Лидерът на компанията Дарин Стойков и служителите му научиха, че лоялните клиенти са най-голямата сила на едно заведение. Те научиха, че предизвикателствата са тези, които ни карат да растем, а трудните времена ни показват нови възможности. Те развиха мениджърски умения и визия за бъдещите нужди на клиентите. Целият екип на бистрото разви умения за управление на екипа, тъй като отговаряше за доставката на храна по възможно най-добрия начин.



МАТЕРИАЛИ



БИБЛИОГРАФИЯ

<https://money.bg/economics/malkiyat-biznes-ot-parvo-litse-kak-se-spraviha-firmite-s-kovid-udara-i-byaha-li-efektivni-merkite.html>