

Санкт-Петербургское государственное бюджетное  
профессиональное образовательное учреждение  
«Петровский колледж»

## Концепция ресторанного бизнеса в современном мире

Авторы: студентки группы 29-09  
Харитоновна Софья и Успенская Анжелика

Санкт-Петербург  
2019

## Концепция ресторанного бизнеса

Концепция ресторана - это техническое задание, или пошаговая инструкция создания ресторана как бизнеса, с подробной разработкой всех его составляющих.

Концепция ресторана должна быть сформулирована в письменном виде. Это достаточно объемный, многостраничный документ, базирующийся на данных маркетинговых исследований.

Целью создания концепции является рассмотрение ресторана с точки зрения единой маркетинговой системы, осуществляющей продажи, где все системы ресторана выполнены в соответствии с единой стратегией, определяемой концепцией

Детальной разработке концепции ресторана, должны предшествовать маркетинговые исследования. Однако можно обойтись и без них.

Концепция раскрывает ресторанный идею, описывает все составляющие деятельности ресторана, фактически является подробнейшим техническим заданием на разработку технологических цепочек, дизайнерских решений, торговой марки, стратегии позиционирования, меню, маркетинговых и рекламных программ по привлечению и удержанию клиентов и других составляющих деятельности.

Разработать детальную концепцию ресторана - значит, еще раз проверить состоятельность ресторанной идеи, сформировать целостное представление о деятельности всех ресторанных служб.

В концепции должны отражаться следующие аспекты:  
Требования к разработке торговой марки ресторана;  
Принципы организации внешнего оформления;

- } Дизайн, стиль интерьера;
- } Мебель;
- } Требования к персоналу;
- } Униформа персонала;
- } Меню;
- } Логистика;
- } Работа с поставщиками;
- } Принципы ценообразования
- } Организация рекламно-маркетинговых мероприятий

Так как эти этапы являются основополагающими успеха концепции в ресторанном бизнесе, на каждом из них проводится сложная и очень ответственная работа, как самим участником организации, так и его сторонними помощниками.

## Торговая марка

Торговая марка (ТМ) - оригинально зарегистрированный специальный отличительный знак торгового предприятия, торговой фирмы, который они вправе размещать на продаваемых товарах, изготовленных по заказу данной фирмы. Чаще всего ТМ представлена графическим изображением, оригинальным названием, особым сочетанием знаков, букв, слов.

Есть несколько основных путей, по которым идут компании, желающие создать свою ТМ:

ТМ является название фирмы - способ самый лёгкий, но не самый эффективный.

В качестве ТМ выбрать уже существующее слово, не упоминая названия компании.

Для торговой марки создаётся новое слово или нестандартное словосочетание. Третий способ создания ТМ самый сложный, но в тоже время именно он даёт в

большинстве случаев наилучшие результаты.

Принципы организации внешнего оформления в концепции развития ресторанного бизнеса

Первое, о чем стоит задуматься после выбора названия, – это разработка логотипа. Это своеобразный графический чип, в котором заложен максимум информации о вашем заведении. Эффективный логотип с высокими характеристиками повысит вашу узнаваемость, доверие и запоминаемость, будет стимулировать продажи, донося до потребителя необходимую информацию, что означает успех в делах.

Эффективный логотип с высокими характеристиками повысит вашу узнаваемость, доверие и запоминаемость, будет стимулировать продажи, донося до потребителя необходимую информацию, что означает успех в делах.

Дизайн, стиль интерьера

Интерьер относится к классу факторов, способствующих вторичным посещениям. Интерьер должен соответствовать концепции кафе и помогать создавать тот уровень комфорта, который нужен.

Существуют два пути решения задачи дизайна: пригласить профессионалов или найти общий язык с подрядчиком самостоятельно и воплотить идеи. Привлекательность и популярность кафе напрямую зависят от удачно подобранного оформления и отделки заведения.

Дизайн заведения должен создавать атмосферу комфорта и спокойствия, которая зависит от многих

вещей – освещения, цветовой гаммы, выбранных фактур и прочих факторов. Поэтому главной задачей при разработке дизайн-проекта является создание гармоничного интерьера.

## Мебель

Весь ассортимент мебели для заведений общественного питания обычно делится по нескольким критериям на следующие группы: эконом класса, среднего уровня и элитного уровня. Часто эти группы имеют соответствие со стилями – классическим, традиционным или современным соответственно.

Мебель для заведений эконом класса производится крупносерийно и рассчитана на широкий круг потребителей.

Элитная мебель для ресторанов-бистро отличается технологическим совершенством, высоким качеством и оригинальным дизайном, часто выполняется из тщательно отобранного натурального дерева, с использованием экологически безвредных и устойчивых к воздействию окружающей среды красителей и лаков, широкой гаммы натуральных обивочных материалов.

Требованию к персоналу

Категории персонала в ресторанном бизнесе:

♣ Категория первая: администрация ресторана. Это управляющий рестораном, бухгалтерия, кадровая, маркетинговая, рекламная службы, служба персонала, служба логистики и т.д. Т.е., это люди, которые обеспечивают финансово-административное управление рестораном.

♣ Категория вторая: специалисты кухни. Шеф-повар, повара, кондитеры. Т.е., это люди, обеспечивающие ассортимент и качество блюд в ресторане.

♣ Категория третья: обслуживающий персонал в зале - официанты и менеджеры зала. Т.е. это люди, обеспечивающие непосредственный контакт с посетителями ресторана.

♣ Категория четвертая: это подсобные службы - уборка, доставка продуктов, мытье посуды и подсобные работы на кухне. Т.е. это люди, обеспечивающие необходимые условия для работы всех других категорий.

Важно определить количество необходимого персонала, уровень образования, опыт, манеры и т.д.

Униформа персонала

К дизайнерам зачастую обращаются и за идеями по разработке корпоративной одежды.

Удачно подобранная, ухоженная спецодежда

дисциплинирует персонал и негласно указывает гостям на добротность кухни и сервиса. Вдобавок к этому форма является одним из наиболее значимых элементов ресторанного бренда.

## Меню

Меню как альбом-прайс – это важный элемент успеха, оно может привлечь или оттолкнуть клиентов. От разработки меню зависит имидж заведения, это ваша вторая реклама после вывески.

Самый важный документ, с которым знакомятся посетители, должен быть функционален. Меню – это рекламный проспект, посредством которого клиент получает информацию о вашей кухне и уровне заведения. Существуют некоторые правила составления меню.

1. Оформление меню должно соответствовать ценовой категории заведения.
2. Один из основных принципов составления прайсов – размещение блюд в порядке убывания цены: более дорогие в начале.
3. Меню всегда должно быть чистым.
4. Желательно размещать фотографии, к примеру,

пирожных. Правильно созданная фотография может только вызвать аппетит у посетителя.

5. Использование слов, обладающих мощным воздействием, вызывающие приятные ассоциации при составлении меню, является одним из успешных основополагающих факторов. Оно должно вызвать у клиента чувство интереса.

6. Меню печатается крупным и понятным шрифтом, выделяются разделы по группам блюд.

7. Меню должно быть удобным. Даже если заведение – бистро – не предполагает предоставления посетителям списка блюд в виде классического меню, должно быть оформлено названия блюд в форме, удобной для клиента и привлекающей к себе внимание. При использовании очень толстых листов бумаги меню будет неудобно листать.

8. Желательно разместить в меню информацию о создании и истории бистро, отразите какие-то интересные и выигрышные факты – легенду заведения.

9. Если к традиционным праздникам предлагаются специальные блюда, то лучше всего их вынести на первую страницу.

Существует несколько принципов построения структуры меню, и одним из способов является группирование блюд согласно российским стандартам общественного питания: фирменные закуски и блюда, холодные закуски

и блюда, горячие закуски, супы, горячие блюда, десерты, горячие напитки, холодные напитки и

соки, кондитерские изделия. С первого по пятый раздел сначала идут блюда из рыбы, затем – из морепродуктов, мяса, овощей, сыра и субпродуктов.

Безусловно, при выборе дизайна меню учитывается

фирменный стиль заведения.

В связи с тем, что меню вашего заведения является и рекламой, укажите всю справочную информацию о кафе.

## Организация рекламно-маркетинговых мероприятий в развитии концепции ресторанного бизнеса

Развитие рынка общественного питания должно осуществляться в рамках концепции маркетинга, в соответствии с которой при создании системы общественного питания необходимо учитывать потребности, запросы населения.

Определение перспектив развития рынка общественного питания на территориальном уровне и выбор направлений маркетинговой деятельности организации должны базироваться на изучении реальных и потенциальных потребностей, мотивов, покупательских возможностей населения.

Изначально вы можете собрать информацию о конкурентном окружении, затем изучить своего потенциального клиента и на основе собранной информации окончательно определиться с концепцией своего кафе.

Подходы к исследованию спроса на рынке общественного питания опираются на методологические основы исследовательского процесса в целом, поэтому исследование предпочтений и ожиданий потребителей кафе быстрого питания может проводиться в несколько этапов.

Так, например, изначально вы можете собрать информацию о конкурентном окружении, затем изучить своего потенциального клиента и на основе собранной



информации окончательно определиться с концепцией своего кафе.

Таким образом, при создании кафе нужно не только учесть потребности населения в услугах кафе общественного питания (в качественной пище, в общении, проведении досуга и т. д.), но и особенности местоположения кафе, особенности образа жизни и культуры питания потенциальных клиентов.

Виды рекламы для ресторанов:

- } Наружная реклама.
- } Радио.
- } Телевидение.
- } Сувенирная продукция.
- } Рассылки.
- } Полиграфическая и сувенирная продукция.

## Пример концепции ресторана

Разберем концепцию на примере Ресторана-аттракциона «Роллер», который находится в Сочи.

1. Идея. Главная идея основателей ресторана – превратить заведение в место, которое стало бы естественным продолжением аттракционов Сочи Парка.
2. Место размещения. Ресторан Роллер находится внутри Сочи Парка в Имеретинской низменности.
3. Меню. Средний чек: от 800 руб. Специальное меню: детское меню, детские напитки, сет-меню для организованных групп. Те, кто уже побывал в «Роллере», советуют заказывать больше блюд, так как порции здесь маленькие. Для гостей предлагаются три сет-меню и «А-ля карт». В первом случае посетители получают простой набор из греческого салата, пепси и куриных шашлычков или сэндвичей. Меню «А-ля карт» предполагает более богатый

выбор.

4. Дизайн. Войдя внутрь, гости попадают в просторный двухуровневый зал. Первое, что привлекает внимание посетителей, – это спиральные металлические конструкции, похожие на «американские горки». Вокруг них расположены круглые столы, напоминающие низкие барные стойки. Каждый из них рассчитан на 12 гостей.

5. Обслуживание. У входа установлен стол администратора, где посетителям выдают магнитные карты, на которых регистрируется заказ. Далее гостей обслуживает официант. Его задача – проводить отдыхающих к свободному столику и объяснить, как пользоваться системой выбора и заказа блюд.

6. Дополнительные услуги. Детям: детский уголок, детские стулья, игровые наборы.