

Д. Бурлюк

КОНЦЕПЦИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА И УСЛОВИЯ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ

Ресторанная индустрия очень специфическая отрасль экономики, производящая как материальные продукты, так и нематериальные продукты – обслуживание, обеспечение досуга, развлечение. При создании ресторанного бизнеса чрезвычайно важна идея ресторана, которая может быть оформлена в концепцию ресторанного бизнеса.

Концепция ресторана должна быть сформулирована в письменном виде. Это достаточно объемный, многостраничный документ, базирующийся на данных маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования как независимый объективный источник подтверждают или опровергают актуальность имеющейся идеи ресторана в конкретном месте в конкретное время, в конкретном ценовом сегменте. Определяют контингент (сегменты) посетителей, которых можно привлечь к посещению ресторана в рамках существующей идеи; проверяют соответствие представлений авторов идеи и потенциальных посетителей. Концепция – это техническое задание, или пошаговая инструкция создания вашего ресторана как бизнеса, с подробной разработкой всех его составляющих. Оформленная концепция позволяет получить на выходе именно тот продукт в виде готового ресторана, который задуман.

Реализация концепции ресторанного бизнеса предполагает последовательное выполнение основных ее разделов. Первое – это разработка торговой марки, названия ресторана. После этого следует продумать экстерьер и интерьер вашего ресторана, внутренний дизайн. Затем необходимо определить ту часть концепции кафе или бара, к которой относятся мебель и посуда ресторана, кухонное оборудование. Следующий шаг при разработке концепции ресторана касается персонала – это стиль одежды, квалификационные требования к персоналу, уровень зарплаты. После этого необходимо разработать меню ресторана, его дизайн, общее направление, приблизительный список блюд, группируемых по категориям, винную и коктейльную карту. Далее необходимо наладить взаимоотношения с поставщиками и привлечь специалистов логистической службы. После можно перейти к ценовой политике ресторана, которая зависит от уровня благосостояния основного посетителя. Наконец, последний этап в разработке концепции ресторанов – определение рекламной стратегии ресторанного бизнеса. Последовательная реализация этих шагов в сочетании с необходимыми инвестиционными ресурсами и привлечением к работе грамотных специалистов позволяют успешно реализовать идею ресторана, сформировать эффективную систему взаимодействия всех ресторанных служб.