

«МЕНЮ ІНЖИНІРИНГ» – СУЧАСНА ТЕХНОЛОГІЯ СКЛАДАННЯ МЕНЮ

Голубнича Д.М., гр. ТХ-14м
Науковий керівник – доц. Б.Б. Ботштейн
Харківський державний університет харчування та торгівлі

На сьогодні ресторанний бізнес передбачає інтенсивний і стрімкий розвиток. У зв'язку із жорсткою конкуренцією на ринку, високим рівнем потреб і запитів сучасного споживача, однією із актуальних задач є вдосконалення способів заохочення гостей закладів ресторанного бізнесу, а саме створення меню, що відповідають сучасним тенденціям. Метою дослідження є аналіз інформативних джерел складання «меню інжинірингу» як способу підвищення прибутковості та рентабельності закладу.

Меню – це візитна картка ресторану і спосіб реклами. Нині найчастіше використовують традиційні методи складання меню, що не є перспективним рішенням, оскільки меню є обличчям ресторану.

«Меню інжиніринг» – це дослідження рентабельності та популярності страв у меню і того, як ці фактори впливають на розміщення страв. Мета проста: збільшити рентабельність з розрахунку на одного відвідувача.

Технологія проведення «меню інжинірингу» має низку етапів і операцій: оцінка власного меню (процес визначення інгредієнтів страв та вартості кожної); поділ страв за категоріями згідно з рівнем рентабельності і популярності (закуси, основні страви, десерти, напої тощо). Кожну зі страв розміщують в один з чотирьох секторів: зірки – високорентабельні і дуже популярні, робочі конячки – низькорентабельні і дуже популярні, загадки – високорентабельні і непопулярні, собаки – низькорентабельні і непопулярні. Аналіз даних кожної секції дає можливість визначити, як розмістити і просувати страви в кожній секції меню. Важливим елементом технології просування рентабельної продукції є локальний дизайн певних страв. Наприклад, зірки. У меню біля цих страв розміщують фото страви, шрифт роблять приємним для ока, використовують різні види графіки

«Меню інжиніринг» – легкий аналіз меню ресторану. На підставі математичного аналізу отримують наочну і детальну картину продажів страв. Використовуючи ці дані розробляють меню, що саме себе «продає» і приносить максимальний маржинальний прибуток.