

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО РЕСТОРАННОГО ЗАКЛАДУ

Прилепа Н.В., канд. екон. наук, доц.

Лісовик Д.А., здобувач вищої освіти

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, Україна

В умовах конкуренції для ресторанних закладів вагоме значення є розробка концепції: реклама, дизайнерські розробки, політика утримання клієнтів, технологічні ланцюги та позиціонування (стратегії), а також меню. Розробка концептуального ресторанного закладу завжди формується письмово та може виглядати як документ на декілька сторінок, який створюється на основі маркетингових досліджень. Саме маркетингові дослідження виявляють актуальність готівової ідеї ресторанного закладу у визначений час та місці, а також ціновому сегменті. Але проведення маркетингових досліджень достатньо затратний та трудомісткий процес.

Концепцію закладу розробляють самостійно керівники ресторанних закладів або доручають експертам ресторанного бізнесу. Згідно опитування рестораторів, приблизна ціна розробки концепції ресторанного закладу стартує від 900\$ і вище, тобто ціна визначається початковою ідеєю ресторанного закладу та умовами відкриття [1]. Дівенко Ю.І. стверджує, що організаційні засади розробки концептуального ресторанного закладу поділяється на чотири етапи:

1. «Маркетинг проекту, що включає: визначення перспективної цільової аудиторії; територіальне розміщення закладу харчування; аналіз конкурентного середовища; меню с розцінками та описом страв та напоїв; визначення місця, яке займе ресторан на цільовому ринку.

2. Планувальні рішення та технології, тобто концептуальне планування приміщень; посадочні місця; технологічне обладнання тощо.

3. Бізнес-план, що включає: інвестиційний план; встановлення планових обсягів продажів; план постійних витрат та прибутків / збитків.

4. Творча частина, що відноситься від планування та розробки інтер'єру до екстер'єру ресторанного закладу закладу» [1].

На нашу думку, важливим етапом у втіленні концепції ресторанного закладу відіграє гастрономічна тема. Так, меню концептуального ресторанного закладу повинно відповідати назві та тематиці закладу. Як стверджує львівський ресторатор Марк Зархін: «всі страви повинні буди смачними, технологічно та економічно відповідати концепції та

можливостям ресторану та декорованими і поданими відповідно до ідеї закладу» [2, с. 61].

Втілення концепції ресторанного закладу неможливе без підкріплення реклами. Адже, завдяки рекламі відбувається інформування потенційних та реальних споживачів щодо нововведення, які відбуваються в закладі. На думку Митника С.І.: «якісно та оригінально надруковане, з назвами страв і цінами, емблемою закладу та фотографіями фірмових страв меню ресторану саме по собі може служити рекламою» [3]. Для зручності знаходження ресторанного закладу розміщують борди, стенди або «живу» рекламу.

Цікавим є закордонний досвід рекламування ресторанних закладів шляхом розміщення автографів та фотографій знаменитостей, які відвідували у різні часи. Також організація майстер-класів, кулінарних і барних шоу для споживачів – все це слугує гарній рекламі концептуального ресторанного закладу.

Особливий вплив на створення унікальної концепції закладу надається інтер'єру ресторанів національних кухонь. Так, для створення відповідного настрою споживачів, ресторани заклади використовують специфічні звукові, декоративні, колірні, освітлювальні, візуальні ефекти.

Важливе значення концепції закладу відіграють культура сервісу, якість і вартість страв. З цією метою вивчають попит за вартістю і видами страв, які замовили споживачі в ресторанному закладі. Для вивчення попиту використовують результати анкетних опитувань, де чітко сформувані питання.

Отже, вдала концепція ресторанного закладу допомагає відрізнятись від конкурентів та допомагає підвищити рівень своєї пізнаваності.

Список використаних джерел

1. Дівенко Ю.І. Організаційні засади розробки концепції підприємства ресторанного господарства. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/divenko.htm (дата звернення 12.10.2024).
2. Зархін М.Г. Моє місце роботи – це ресторан, а не кабінет. *AIRPORT*. 2014. № 1. С. 60-61.
3. Митник С.І. Концептуальні підходи до створення ресторану і організації його діяльності. URL: [file:///C:/Users/Uzer/Downloads/Torg_2014_17_12%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Uzer/Downloads/Torg_2014_17_12%20(1).pdf) (дата звернення 12.10.2024).