

УДК 725.71

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ РЕСТОРАНА СМЕШАННОЙ КУХНИ

Шабанова П.В., студент гр. 3, IV курс

Научный руководитель: Борисова А.В., к.т.н., доцент

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный технический университет»
г. Самара

Туризм является одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики.[1].

Организация общественного питания является одним из краеугольных камней системы гостеприимства, обеспечивающий качество национального или регионального туристического продукта. Во многих случаях еда и вино выступают объектами специального интереса туристов и определяют выбор той или иной туристической дестинации [2]. Ресторанное хозяйство Крыма как фактор развития туризма

Целью данной работы является разработка концепции для ресторана смешанной кухни «Кистель».

Концепция предприятия общественного питания включает в себя общую идею заведения, его отличия и преимущества от других похожих организаций, также выбор местоположения для открытия заведения и обоснование этого выбора [3].

Смешанная кухня позволяет соединять традиционные рецепты разных народов, что в итоге превращается в новые фирменные блюда. Концепция ресторана происходит из самого названия «Кистель», что переводится как «таинственное». Предполагается, что в разрабатываемом ресторане будут подаваться два варианта меню, в которых одно будет «секретным» и по фиксированной цене для всех позиций, включающем в себя блюда и напитки из известных сериалов, фильмов и книг.

Большое значение имеет так же планировка предприятия общественного питания. Пример планировки ресторана «Кистель», представлен на рисунке 1.

На плане видно, что подразумевается два отдельных зала для посетителей. Зал меньшей площади позиционирует себя более уединенным и подходящим для «секретного меню».

Дизайн проектируемого предприятия должен создавать определенную атмосферу, поэтому требуется внимательный подбор. Темные тона, приглушенный свет и цветовой акцент на местах придадут помещению ощущение загадочности. Настенные зеркала создадут иллюзию «порталов». Также рассматривается ароматизация ненавязчивыми ароматами. На рисунке 2 представлен пример дизайна ресторана.

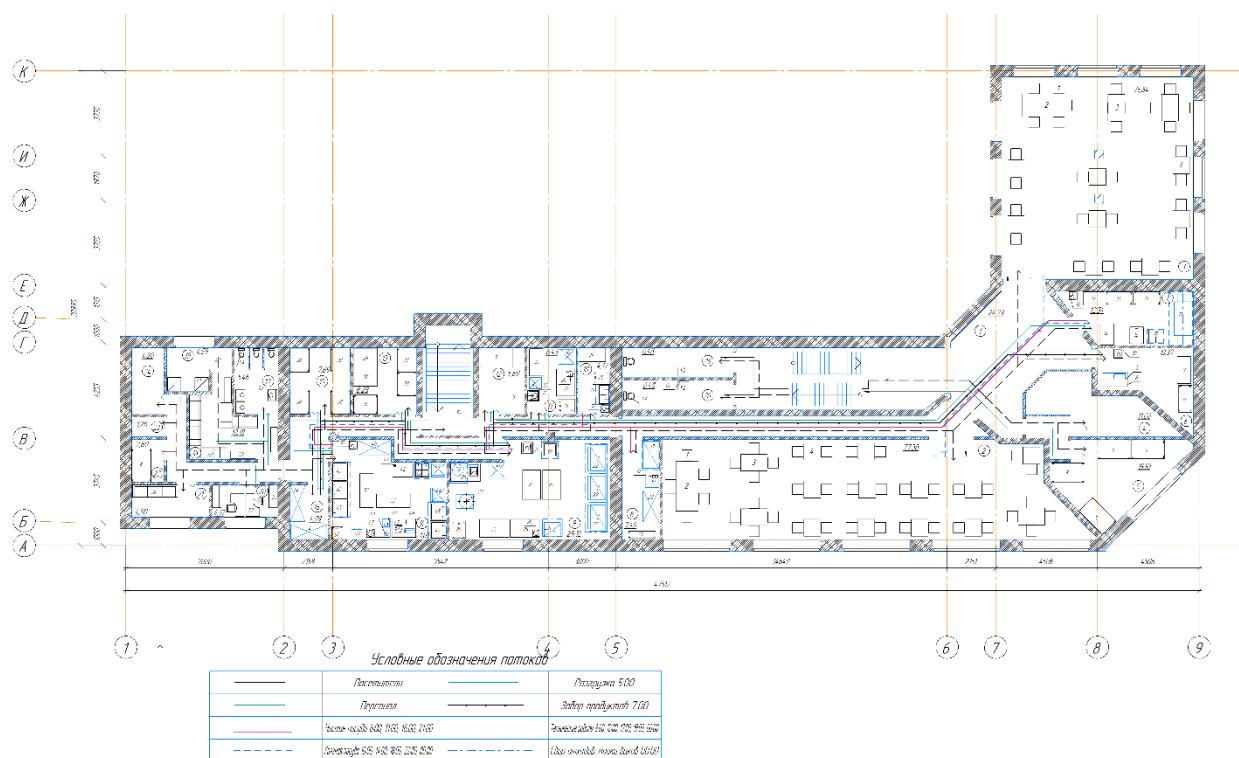


Рис. 1



Рис. 2.

Для привлечения гостей будут использоваться следующие маркетинговые мероприятия:

- Скидки 10 % с 19:00 до 21:00 на «секретное» меню;
- Промокод на скидку 30% в онлайн/офлайн книжный магазин при заказе свыше 3000 рублей;
- По выходным блюда «открытого» меню – по себестоимости, выступления джаз-музыкантов, цена за вход 300 рублей;

– Скидки именинникам 25% в день, 3 дня до и 3 дня после дня рождения.

Для продвижения ресторана будут создаваться проморолики, в различных соцсетях устраиваться конкурсы.

Потенциальным гостем выступают люди от 25 до 40 лет, для которых ресторан будет являться местом для встречи с родными, друзьями, для отдыха.

Разрабатываемое предприятие общественного питания будет находиться в Самарской районе, г. Самара, на третьем этаже с выходом на крышу, в административном здании, на пересечении улицы Куйбышева и улицы Ленинградская (рис. 3). Здание находится в историческом центре, где расположена удобная транспортная развязка.

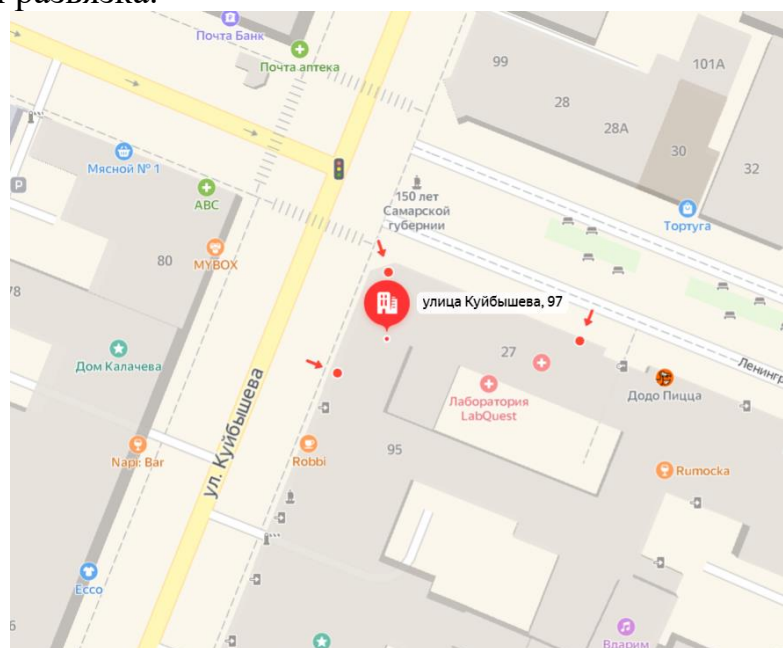


Рис. 3. Предполагаемое месторасположение ресторана

Исходя из выше написанного, можно сделать вывод, что проектирование предприятий общественного питания, начинается с концепции, создания индивидуальности, чтобы быть конкурентноспособным. Местоположение, наличие транспортной развязки, анализ конкурентов, перечень блюд, планировка здания, дизайн помещений – являются важными составляющими, которые невозможно удалить из разработки, и также, это важные этапы, которые показывают, возможно ли удержать заведение рентабельным.

Список литературы:

1. Архипов, А. Культурный туризм в стратегии развития отечественного туризма [Текст] / А. Архипов, В. Муzychук // Вестник Института экономики Российской академии наук. – Москва. – 2011. – №4. – С. 209-223.
2. Дугаренко, И.А. Ресторанное хозяйство Крыма как фактор развития туризма [Текст] / И.А. Дугаренко / Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. География. Геология. – Симферополь. – 2018. – №2. – С. 66-77.

3. Протасова, Л.Г. Анализ рынка и классификация предприятий общественного питания [Текст] / Л.Г. Протасова // Управленец. – Москва. – 2013. – с. 55-57.