

Змістовий модуль1. Ресторанний сервіс як філософія закладів ресторанного господарства

Тема 1.3. Концепція ресторану: завдання, основні складові. Перевірка концепту на цілісність

ПРАКТИЧНА РОБОТА

Тема. Аналіз концепції діючого закладу ресторанного господарства. Перевірка концепту на цілісність. Розробка елементів концепції закладу РГ

Очікувані результати навчання:

- ✓ охарактеризувати елементи концепції закладу харчування;
- ✓ аналізувати концепцію діючого закладу ресторанного господарства;
- ✓ перевірити концепцію закладу харчування на цілісність;
- ✓ запропонувати елементи концепції закладу харчування;
- ✓ розробити елементи концепції закладу ресторанного господарства із заданими параметрами.

Хід роботи

1. Повторення теоретичних відомостей з даної теми.
2. Розв'язання практичних завдань.
3. Оформлення звіту практичної роботи.

Рекомендовані джерела:

1.	ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. [Чинний від 2004-07-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2004. 18 с.	
2.	Мостова Л.М., Новікова О.В., Ракленко І.М. Організація обслуговування в ресторанному господарстві: підручник. Харків: Світ Книг, 2018. 657.	31-41
4.	Цирульнікова В.В. Ресторанна справа: курс лекцій URL: http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/43_40.pdf . (дата звернення 26.08.2022)	

Теоретичні відомості

Концепція ресторану – це план створення підприємства з необхідним ступенем деталізації.

Концепція розкриває ресторанну ідею, описує всі складові діяльності ресторану, фактично є докладним технічним завданням на розробку технологічних ланцюжків, дизайнерських рішень, торгової марки, стратегії позиціонування, меню, маркетингових та рекламних програм по залученню і утриманню клієнтів та інших складових діяльності, це повний опис планованого підприємства, різних аспектів його діяльності.

Концепція несе певну інформацію або покрокову інструкцію створення ресторану за визначеної ідеї і повинна бути чітко розписана.

Завдання концепції – отримати розуміння кінцевої мети (чого повинні досягти). Глибоке опрацювання концепції ресторану є найважливішим інструментом управління закладом.

Концепція ресторану диктує не тільки стандарти та умови обслуговування, а й можливість послідовного вирішення виникаючих проблем. Розрахунок бізнес-плану проводиться під розроблену концепцію закладу.

Основні складові концепції закладу.

Загальна ідея ресторану. У цьому розділі коротко викладаються основні відомості про головні параметри організації ресторану: кухня, середній чек, дизайн, тип обслуговування, основні групи клієнтів.

Цільова аудиторія. Основні групи відвідувачів ресторану. У цьому розділі міститься інформація про основні ситуації відвідування ресторану, про групи клієнтів, що є для ресторану основними чи другорядними. Розглядаються особливості поведінки та споживання потенційних відвідувачів. Описується рівень доходів, інтереси, схильність до тих чи інших типів підприємств громадського харчування.

Це одна з найпопулярніших методик. Вона полягає в тому, що ви повинні відповісти на 5 запитань:

- What (що) – Що ви пропонуєте?
- Who (хто) – Хто ваш клієнт?
- Why (навіщо) – Навіщо вашому клієнтові потрібен цей товар?
- When (коли) – За яких обставин людині знадобиться продукт або послуга?
- Where (де) – Де знаходиться географічне положення покупця.

Місце розміщення ресторану. Місце розміщення ресторану надзвичайно важливо практично для будь-якого ресторану, незалежно від цінової категорії, кухні, популярності, обслуговування.

Для більшості закладів місце розміщення – основний фактор, що забезпечує успіх.

І саме тому правильний вибір місця, як правило, проводиться у вигляді окремої глави загального маркетингового дослідження, проведеного в рамках розробки концепції.

При цьому визначається конкуренція, потоки людей, що проходять в радіусі дії ресторану, їх основні характеристики, склад, будівлі та споруди, які домінують у цьому районі, об'єкти, що сприяють веденню бізнесу.

Наймінг (Naming). Один з важливих моментів у становленні ресторану, це професійна розробка імені, яка найбільш точно відповідає формату та концепції закладу.

Назва ресторану – важлива деталь для його подальшого розвитку: «якби яхту назвете, так вона і попливе». Назва може бути нічим не примітною – тоді більша ймовірність загубитися серед закладів з нічого не значущою назвою, а може бути й яскравою, звучною, що запам'ятовується – і тоді ім'я буде працювати на просування бренду ресторану, збільшення продажів і популярності. Ім'я розкриває характер і особливості закладу, вказує на позиціонування.

Легенда – маркетинговий образ для концепції. Іноді при формуванні концепції створюють легенди. Як правило, легенди актуальні для концептуальних і тематичних ресторанів. Легенда розробляється з вкрапленням елементів національних традицій, культури, історії, щоб підкреслити непересічність концепції.

Практична частина

Завдання № 1

Проаналізувати концепцію діючого закладу ресторанного господарства, використовуючи загальнодоступні джерела інформації в Інтернеті.

Проаналізуйте наступні аспекти:

- назва
- тип
- локація (розташування)
- цільова аудиторія
- дизайнерське рішення – інтер'єр, екстер'єр
- послуги
- меню

Зробити висновки щодо гармонійного поєднання всіх аспектів концепції, щодо цілісності, вдалого вибору елементів.

Завдання № 2

Розробити загальну ідею закладу ресторанного господарства, для реальної локації в Тернополі.

1. Назва
2. Тип
3. Місце розташування
4. Цільова аудиторія
5. Загальна концепція меню
6. Послуги