

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ВЫБОРУ И ОБОСНОВАНИЮ КОНЦЕПЦИИ ОБЪЕКТА РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ БАРА)

Современные тенденции в сфере общественного питания определяют необходимость инновационных подходов не только к процессу предоставления услуг, но и к созданию концепции объекта. Концепция объекта общественного питания отражает общую идею заведения, а также его преимущества и отличия от других похожих организаций.

Исследуя структуру объектов общественного питания в Республике Беларусь, следует отметить, что сеть объектов питания представлена различными типами: столовыми, ресторанами, кафе, закусочными, барами и др. Определенный удельный вес в этой структуре принадлежит барам [1], пользующимся популярностью среди молодежи и иностранных туристов.

В связи с этим субъектам хозяйствования, входящим в сферу ресторанного бизнеса и открывающим объекты по типу «бар», необходимо детально продумать концепцию, которая должна описывать все составляющие деятельности бара: дизайнерские решения, стратегии позиционирования, меню, рекламные программы по привлечению и удержанию покупателей и др.

В концепцию следует включить детальный анализ месторасположения будущего бара, а также целевой аудитории, расчет инвестиций и времени их возврата, чтобы понять, насколько востребованным и прибыльным окажется объект. Концепцией также должны быть определены применение элементов фирменного стиля (от дизайна вывески до униформы обслуживающего персонала) и разработка всех механизмов контроля и взаимодействия с поставщиками.

В рамках реализации обозначенной концепции создаваемого бара будет иметь место организация различного рода тематических мероприятий, а также использование индивидуальной программы лояльности.

Создание концепции объекта ресторанного бизнеса на примере бара должно включать следующие этапы:

1. Выбор оригинальной тематики объекта.
2. Выбор целевой аудитории в соответствии с выбранной тематикой объекта.
3. Выбор месторасположения, а также помещения.
4. Выбор дизайна и стилистики бара в соответствии с выбранной тематикой и параметрами помещения.
5. Создание стратегии по дальнейшему продвижению и привлечению покупателей в соответствии с вышеперечисленными решениями.

Разработке концепции бара должны предшествовать исследования. Полученные данные позволят ресторатору оценить текущую ситуацию, оценить конкурентов, выбрать необходимый рыночный сегмент и спрогнозировать перспективу развития.

Таким образом, грамотно реализуемая концепция объекта ресторанного бизнеса на примере бара обеспечит выделение его уникальности и оригинальности, в том числе среди конкурентов. Рыночная концепция бара должна объединять выгодное и удобное расположение, высокое качество блюд, а также обслуживания покупателей, разнообразный ассортимент меню, гибкое ценообразование. Данные аспекты в результате реализации концепции позволят обеспечить эффективность функционирования бара и приток дополнительного количества покупателей.

Источник

1. Общественное питание // Национальный статистический комитет Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/c64/c64c1e17deab277fee542c42c3120cd5.pdf>. — Дата обращения: 16.11.2022.