

А. И. Волохова, А. К. Гурьянов

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — К. Н. Сонич, канд. социол. наук, доцент

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

Современные тенденции в сфере общественного питания диктуют необходимость инновационных подходов не только в процессе предоставления услуг, но и при создании концепции объекта. Концепция объекта общественного питания отражает общую идею заведения, а также его отличия и преимущества 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 принадлежит барам [1], пользующимся популярностью среди молодежи и иностранных туристов. В этой связи субъектам хозяйствования, входящим в сферу ресторанных бизнеса и открывающим объекты типа «бар», необходимо детально продумать концепцию, которая будет 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 и целевой аудитории, расчет инвестиций и времени их возврата. Кроме того, концепция поможет понять, насколько востребованным и прибыльным окажется объект. Также концепция предполагает использование элементов фирменного стиля (от дизайна вывески до униформы обслуживающего персонала) и предусматривает разработку всех механизмов контроля и взаимодействия с поставщиками. Определенный интерес в рамках реализации обозначенной концепции создаваемого бара будет иметь организация различного рода тематических мероприятий, а также использование индивидуальной программы лояльности.

Создание концепции объекта ресторанных бизнеса на примере бара должно включать следующие элементы:

- 1) выбор оригинальной тематики объекта;
- 2) выбор целевой аудитории в соответствии с тематикой объекта;
- 3) выбор местоположения и 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 вышеупомянутыми пунктами.

Разработке концепции бара должны предшествовать исследования. Полученные данные позволят ресторатору оценить текущую си-

туацию, оценить конкурентов, выбрать необходимый рыночный сегмент и спрогнозировать перспективу развития.

Таким образом, грамотно реализуемая концепция объекта ресторанных бизнеса на примере бара обеспечит его уникальность и оригинальность, в том числе среди конкурентов. Рыночная концепция бара должна объединять выгодное и удобное расположение, высокое качество блюд и обслуживания гостей, разнообразное меню, гибкое ценообразование. Данные аспекты в результате позволят обеспечить эффективность функционирования бара и приток дополнительного количества покупателей.

Источник

1. Внутренняя торговля и общественное питание Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/c64/c64c1e17deab277fee542c42c3120cd5.pdf>. — Дата обращения: 02.12.2023.