

Зуева М.С.

студент

4 курс, Институт экономики и управления

Ярыгина А.А.

студент

4 курс, Институт экономики и управления

Самарский национальный исследовательский университет

Россия, г. Самара

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КАРТЫ РЕСТОРАНА

«ИЛЬ-ПАТИО» НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА

РЫНКА РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ

Статья посвящена анализу проблем рынка ресторанных услуг. Выявлены основные тенденции рынка ресторанных услуг России. Рассмотрена сеть ресторанов итальянской кухни «Иль-Патио». Проведен SWOT-анализ предприятия, предложена программа повышения эффективности деятельности ресторана в виде стратегической карты.

***Ключевые слова:** ресторан, сегментация, SWOT-анализ, стратегическая карта, тенденции.*

This article analyzes the restaurant industry market's problems. The market's main trends had been revealed. Also the restaurant chain called "Il-Patio" had been reviewed. The SWOT-analysis had been performed and the enhancement of the efficiency program had been offered by way of the strategy map.

***Keywords:** restaurant, segmentation, SWOT-analysis, strategic map, trends.*

Рынок общественного питания в настоящее время очень быстро реагирует на изменения потребностей населения. Но, тем не менее, в этом бизнесе достаточно сложно удержаться, в связи с высокой конкуренцией.

Согласно аналитике РБК Исследования рынков, оборот общественного питания в 2015 году впервые с 2009-го показал отрицательный прирост на уровне 5,5%. [1] Для россиян посещение ресторана воспринимается как

нечто особенное. В первую очередь на рынок повлияло снижение реальных доходов населения. Мировой финансовый кризис заметно отразился на индустрии ресторанного бизнеса в регионах России. При всей непростой экономической ситуации в России, необходимо учитывать и большое количество конкурентов в области ресторанного бизнеса. [2]

Успех в данной отрасли в настоящее время зависит от понимания тенденций в конкретном сегменте рынка ресторанных услуг: фаст-фуд, рестораны среднего ценового уровня, заведения высокой кухни и кофейни. В связи с нынешней экономической ситуацией, даже самые «звездные» рестораны открывают рестораны со средними ценами.

Была рассмотрена популярная сеть ресторанов итальянской кухни «Иль-Патю» в городе Самара, которая, согласно ежегодной отчетности имеет убытки. Мы провели SWOT-анализ данного заведения, согласно которому были выявлены сильные и слабые стороны предприятия, а также его возможности и угрозы (рис. 1).



Рисунок 1. SWOT-анализ ресторана «Иль-Патю»

Для повышения эффективности деятельности ресторана предложим программу мероприятий.

В условиях жесткой конкуренции, привлечь любителей итальянских блюд помогает именно хорошо сформированная атмосфера, а именно:

- стилистические решения оформления зала ресторана;
- хорошо продуманное меню, имеющее сезонные обновления и постоянно появляющиеся новые «модные» блюда;
- быстрое и качественное обслуживание;
- демократичные цены.

Несмотря на то, что IL Патио достаточно давно закрепился на рынке ресторанных услуг, стиль и оформление интерьера необходимо менять для привлечения клиентов. Помимо изменений в цветовых и стилистических элементах, необходимо наличие таких «модных» элементов, имеющихся у других конкурентов, как подушки, пледы и т.д.

Меню необходимо обновлять чаще. Маркетологам и шеф-повару необходимо проводить маркетинговые исследования, обучаться приготовлению новых блюд, стараться соответствовать трендам.

Проблему медленного обслуживания помогает решить введение ресторанный менеджмента на планшете.

Для повышения качества обслуживания необходимо проводить тренинги для официантов. Встреча и приветствие, знание ингредиентов блюд, умение советовать, слушать, быстрый принос счета и сдачи – является очень важным фактором, влияющим на количество посетителей ресторана.

Цены в ресторане и так среднерыночные, поэтому изменений вносить необходимости нет, но необходимо изменить бонусную программу. Наиболее привлекательным с точки зрения посетителей является скидка в День рождения.

Разработанную программу повышения эффективности представим в виде стратегической карты ресторана IL Патио (рис. 2).

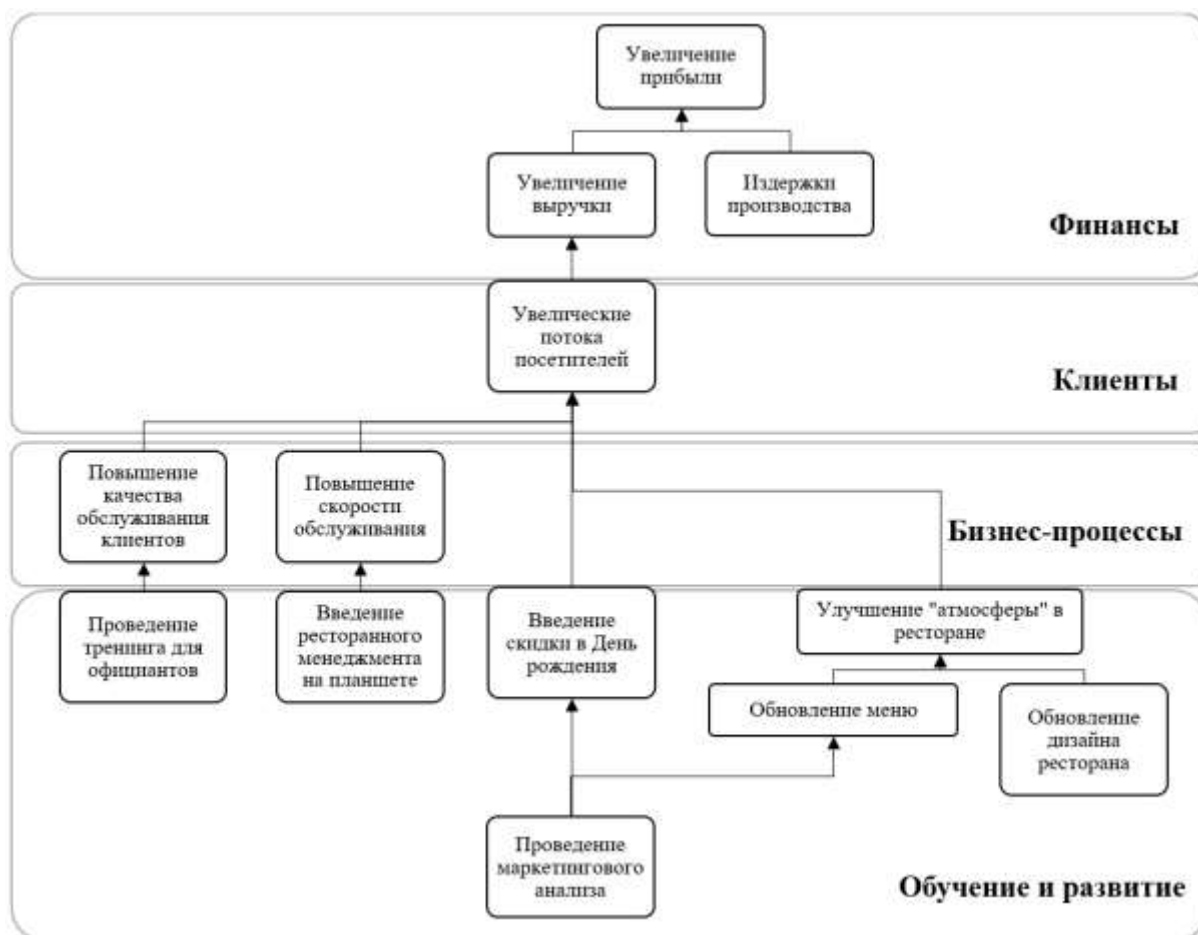


Рисунок 2. Стратегическая карта ресторана «Иль-Патио»

Разработанная программа повышения деятельности ресторана позволит снизить среднюю скорость обслуживания одного посетителя, что увеличит среднее фактическое количество посетителей, тем самым повысив прибыль предприятия. Также введение скидки в День рождения увеличит привлекательность ресторана с точки зрения потенциальных посетителей. Обновление меню и дизайна приведет аналогично к увеличению потока посетителей.

Успешная работа ресторана зависит от многих факторов: дизайн, музыка, состояние санузла, месторасположение, ценовая политика и так далее. Но, наиболее важным аспектом, на наш взгляд, является созданная в ресторане атмосфера.

Таким образом, разработка концепции предприятия – это важнейший инструмент в ресторанном бизнесе. Без тщательной и продуманной работы рестораторов трудно выстоять даже самой хорошей идее. Объектом их

внимания могут быть практически все составляющие ресторанной деятельности: ассортимент предлагаемых блюд, проводимая ценовая политика, направленность кухни, клиентская база, созданная атмосфера.

Использованные источники:

1. 1. Тематическое приложение «РБК + «Ресторанный бизнес» к «Ежедневной деловой газете РБК» №129 (2385) от 21 июля 2016 г - [Электронный ресурс]:

www.rbcplus.ru/pdf/57900a917a8aa94e9d8e5940/rbcplus_None_1.pdf

2. Сумская О.В., Серая А.В., Чистникова П.В, статья «Экономические проблемы ресторанного бизнеса в регионах России – В сборнике: Актуальные проблемы экономики в условиях реформирования современного общества Материалы IV Международной научно-практической конференции, посвященной 140-летию со дня основания НИУ «БелГУ». 2016. С. 434-435.