

# РесторановедЪ

РесторановедЪ 11 (74) ноябрь 2016

**PR ресторана:  
какие траты  
бесполезны**

**Тенденции,  
концепции,  
перспективы  
рынка**

Максим Кораблев-Дайсон:

**«Людей  
объединяет цель»**



2-5  
марта  
2017



15-я Международная специализированная  
выставка индустрии гостеприимства

★★★★★  
**ExpoHoreca**  
Санкт-Петербург



ПРОДУКТЫ  
ПИТАНИЯ



НАПИТКИ



ДИЗАЙН И ДЕКОР

ОБОРУДОВАНИЕ



ОСНАЩЕНИЕ



ФРАНЧАЙЗИНГ

**Нас выбирают профессионалы!**

Организатор  
выставки:



+7 (812) 777-04-07, 718-35-37  
horeca@farexpo.ru, farexpo.ru

Генеральный  
партнёр:

Международное Партнёрство  
**Академия Гостеприимства**



Генеральные  
информационные партнёры:

Все информационные ресурсы в области  
**РесторановедЪ ОТСЛД**

## От редакции

*Не так давно, 20 октября, во всем мире отмечался День повара. Праздник пусть и не отмеченный особо в традиционных календарях, но заслуживающий того, чтобы быть замеченным.*

*В числе представителей этой профессии много достойных людей, которые своей работой ежедневно дают понять, на ком держится ресторанный бизнес.*

*Но даже среди них есть абсолютно выдающиеся личности, такие как Антон Мосиманн (Anton Mosimann). Его профессиональные достижения настолько весомы, что Академией кулинарного искусства, входящей в состав Swiss Education Group, открыта постоянно действующая музейная экспозиция, в которой представлена частная коллекция господина Мосиманна. Она занимает крыло недавно построенного четырехэтажного (!) здания и рассказывает о жизни мэтра, его свершениях, встречах с сильными мира сего и других интересных фактах биографии.*

*Здесь собраны фотографии, публикации в прессе, меню ресторанов практически со всех уголков планеты, в том числе и из России, а также выставлены многочисленные награды. И все это передано в дар академии, чтобы ее студенты и туристы, посещающие швейцарский город Ле-Бувре (Le Bouveret) могли собственными глазами увидеть, как можно творить историю, по сути, собственными руками и сердцем.*

*Повар — достаточно популярная, востребованная и многочисленная профессия. Например, в США насчитывается примерно 941600 ее представителей (66 причислены к категории мастер-шеф). В России тех, кто связал себя с кулинарным искусством, тоже немало. Скольким удастся при жизни открыть музей? А может просто достаточно ценить этих людей за их такой нужный и такой нелегкий труд?*

*Хотелось бы спросить об этом господина Мосиманна, которому 23 февраля будущего года исполнится 70 лет, с чем мы его обязательно поздравим.*

*А пока еще раз с прошедшим Днем повара!*

**Алексей Журавлев**

## РесторановедЪ

Журнал для владельцев, управляющих и специалистов ресторанного бизнеса (до 2010 года издание выходило под названием «Современный бизнес. Ресторан»)

[www.restoranoved.ru](http://www.restoranoved.ru)

Проект издательства  
«Наша деловая пресса»

Генеральный директор/главный редактор  
издательства: Александр Марков

Шеф-редактор: Алексей Журавлев

Редакция: Юлия Яковлева, Анастасия Шадская,  
Александр Дмитриков, Дарья Антонова

Исполнительный директор: Евгения Кузнецова  
Начальник отдела рекламы:  
Валентина Голубева  
Менеджер по рекламе: Елена Миндерова

Менеджер по PR: Ольга Клименко

Менеджер по работе с клиентами:  
Анна Губская

Директор по IT: Дмитрий Мазов

Веб-дизайнер: Нина Тимофеева

Дизайн, предпечатная подготовка:  
Кирилл Раевский

Корректор: Нина Мирзоева

Фото: Владимир Тилес, Евгений Елинер,  
Дарья Антонова

Фото на обложке предоставлено компанией  
RESTART

Журнал «РесторановедЪ» 11 (74)  
ноябрь 2016  
Св-во ПИ № ТУ 78-00156 от 17.11.2008 г. выдано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций по СПб и Ленинградской области Учредитель Марков А. В.  
Издатель ООО «Издательство «Наша деловая пресса»  
Перепечатка материалов допускается только с согласия ООО «Издательство «Наша деловая пресса». Товары, рекламируемые в номере, подлежат обязательной сертификации. Ответственность за сведения в рекламе несет рекламодатель.  
Заказ № 1411 Тираж — 8 000 экз.

Подписано в печать 25.11.2016  
Отпечатано в типографии PremiumPress.  
Адрес типографии: 197374, СПб, ул. Оптиков, д. 4

Замечания и пожелания по доставке журнала  
можно отправить на электронный адрес:  
[podpiska@restoranoved.ru](mailto:podpiska@restoranoved.ru)

Адрес редакции и издателя: 196084,  
Санкт-Петербург, ул. Коли Томчака,  
28/1, БЦ «Гепард»

E-mail для писем: [info@mediavibor.ru](mailto:info@mediavibor.ru)

Телефон/факс:  
(812) 493-3373, 493-4404

медиа группа

**ВЫБОР**

# Содержание

Ресторановедъ 11 (74) ноябрь 2016

## ФАКТЫ. ЦИФРЫ. ЦИТАТЫ

4

## СОБЫТИЕ

6

ПИР на весь мир

8

Европейские технологии и русские традиции для ресторанов, кафе и пекарен

9

«ФКФ Ренцель РУС»: качество гарантируем

10

Совершенные технологии без компромиссов

13

«Ресторан-2016»: теория и практика бизнеса

## ТЕМА НОМЕРА

17

Ресторанный бизнес: тенденции, концепции, перспективы

## АВТОМАТИЗАЦИЯ & ИТ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

25

В новый год все по-новому: Игорь Ситник о новых лого, новых технологиях и новых достижениях

26

В новый год — со старыми друзьями и новыми проектами

## РЕСТОРАТОР

28

Максим Кораблев-Дайсон: «Людей объединяет цель»

## МАРКЕТИНГ И PR

40

PR ресторана: какие траты бесполезны



Один из наиболее успешных и известных российских шеф-поваров и рестораторов Александр Белькович говорит о ценности профессии, отношениях повара и управляющего ресторана, кадровой политике своего заведения, о системе кнута и пряника и своих планах.

56

Ресторатор Евгений Литвяк вспоминает историю создания проектов, к которым имеет непосредственное отношение, объясняет феномен популярности бара «Винный шкаф» и ресторана «Гамлет & Jacks», рассказывает о трудностях, с которыми пришлось столкнуться в процессе открытия заведений, и предлагает свой рецепт преодоления сложностей.



44



Управляющий партнер компании PARUSA RMC Максим Кораблев-Дайсон рассказывает о своем пути в индустрии гостеприимства, раскрывает принципы построения успешного бизнеса, делится мнением о состоянии рынка и судьбе модных проектов. Честный разговор о прошлом, настоящем и будущем российского ресторанного бизнеса.

28

## ОПЫТ

- 44** Евгений Литвяк: «Будучи наемным работником, я не всегда до конца понимал, что говорит собственник»

КОФЕ И КОФЕЙНОЕ  
ОБОРУДОВАНИЕ

- 52** Кофемашины: таблетка долголетия
- 55** Техническое обслуживание кофемашины – залог ее долгой и бесперебойной работы

## ШЕФ-ПОВАР

- 56** В ресторане первенство должно быть за поваром

**62** ФОТОВИТРИНА

Производство мебели  
для кафе, ресторанов,  
гостиниц, школ, дома и сада

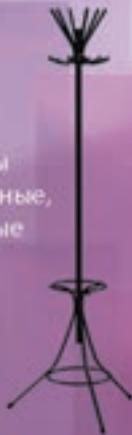
РЕВАНШ С ПБ



Стулья и табуреты  
удобные и прочные,  
Стол стандартные  
и под заказ,



Летняя мебель для Ваших друзей,  
Школьная мебель для Ваших детей!



Диваны уютные  
и комфортные



и многое другое



Производство:  
г. СПб, п. Парголово, Подгорная ул., д. 39  
т. (812) 677-05-12, (812) 677-06-12  
т. +7 (921) 931-50-62

8-800-555-02-89

Бесплатный звонок по России

[www.revansh-plus.ru](http://www.revansh-plus.ru)  
e-mail: [revansh95@mail.ru](mailto:revansh95@mail.ru)

**Николай Митчин, управляющий партнер ресторанной группы Beer Family Project (Санкт-Петербург):**

«К ситуации, сложившейся на рынке продуктов в связи с санкциями, рестораторы однозначно привыкли. К тому же появились новые производители. Сегодня и фермеры приезжают, предлагают очень качественные продукты, а самое приятное, уже в таких объемах, когда можно говорить о заключении серьезных договоров. Так что, думаю, все утряслось».



**Сергей Малаховский, владелец ресторана «Ребра house» (Санкт-Петербург):**

«Хочешь заработать — купи надежное оборудование, которое не даст испоганить светлые идеи хороших людей. Если у тебя такового нет, то в недалеком будущем споткнешься о человеческий фактор».



**При открытии ресторана эксперты рекомендуют при составлении бюджета оставлять «запас прочности» в размере 10-15% (на случай форс-мажора).**

**Аркадий Новиков, ресторатор, глава Группы компаний Аркадия Новикова (Москва):**

«За 25 лет в ресторанном бизнесе я, наверное, научился разбираться в людях, научился правильно общаться со своими партнерами... переживать неудачи. Наверное, не выпендриваться, когда у тебя есть деньги, наверное, правильно себя вести в окружении людей, не орать, когда хочется. Правда, у меня это не очень получается».



**По мнению экспертов, при «плановой» высоте потолка в помещении под ресторан 3,5 метра, 10 см забирает обшивка и еще 40 см система вентиляции.**



**Посетитель одного из ресторанов Хьюстона (штат Техас) оставил чаевые — \$750. Чем объяснить такую щедрость? Гость хотел таким образом дать официанту возможность оказаться на праздники дома, в Великобритании.**

# Рестораторы приняли участие в CongreFest 2016

С 1 по 3 ноября в Сочи состоялся первый международный CongreFest 2016 гостеприимства, туризма и сервиса. Бизнес-событие объединило три формата — конгресс, фестиваль и выставка отраслевых товаров.

Участие приняли: туроператоры, руководители гостиниц, санаториев и объектов показа, рестораторы, представители сегмента HoReCa соответствующих министерств из разных регионов Российской Федерации — более 300 участников из разных регионов России, включая Владивосток, Калининград, Симферополь, а также гости из Грузии, Франции и Китайской Народной Республики.

В рамках деловой программы участники обсудили самые актуальные и значимые для

индустрии гостеприимства вопросы: изменение в законодательстве и обязательная сертификация работников отрасли гостеприимства, развитие гастрономического и событийного туризма.

Большой интерес у рестораторов вызвала форсайт-сессия, во время которой участники разработали модель проведения гастрономического фестиваля.

— Безусловно, такие межотраслевые встречи необходимы, — уверена Александра Сердюченко, автор идеи CongreFest, генеральный директор компании-организатора ООО «ТБК «АЭЛИТА». — Мы много говорим о сервисе в нашей индустрии. Но забываем, что гостеприимство — это,



прежде всего, человеческие отношения. Теплота человеческих рук и душ в нашей работе необыкновенно важна. Поэтому мы решили создать площадку, на которой профессионалы индустрии — туроператоры, отельеры, рестораторы — будут общаться, обсуждать, делиться опытом, предлагать решения, получать новые знания и формировать круг знакомств.

## Холодильные столы: ставка на объем

Свершилось! За счет использования низких ножек инженером NICOLD удалось добиться увеличения полезного объема холодильного стола без увеличения его высоты. Основным преимуществом таких моделей перед стандартными холодильными столами является увеличенный на 10% объем холодильной камеры при незначительном увеличении цены (на 3–6%). Таким образом, под рукой

повара оказывается больше продуктов, а стоимость оборудования, фактически, остается прежней — от 58 870 руб.

Компания NICOLD выпускает столы с увеличенным объемом в разных модификациях, а потому есть возможность подобрать оптимальную модель потребностям как кухни, так и бара.





**№1**  
НАСТОЛЬНЫЕ ОХЛАЖДАЕМЫЕ ВИТРИНЫ

**t°+2+7**

	3*GN 1/3 + GN 1/2	1000 мм
	6*GN 1/3	1390 мм
	5*GN 1/3 + GN 1/2	1485 мм
	7*GN 1/3 + GN 1/2	1835 мм
	9*GN 1/3	1970 мм
	11*GN 1/3	2280 мм

☎ 8 495 411-08-08 ☎ 8 800 333-55-15 [www.hicold.ru](http://www.hicold.ru)

реклама

# ПИР на весь мир

В октябре в Москве прошла международная выставка ПИР, по традиции собравшая профессионалов индустрии гостеприимства не только из России, но и из других стран мира.

Помимо обширной экспозиции, на которой компании представили свою продукцию и услуги, в том числе многочисленные новинки и современные технологии, организаторы предложили участникам и посетителям насыщенную и разнообразную деловую программу.

Так, в день открытия состоялась церемония награждения премией «Гостеприимство», лауреатами которой на сей раз стали многие известные рестораторы и отельеры. Среди них знаменитый шеф-повар, президент Национальной гильдии шеф-поваров Александр Филин, рестораторы Александр Раппопорт, Алексей и Дмитрий Васильчуки, Гаяне Бреюва, Борис Акимов и Дмитрий Акишкин, отельер Вадим Прасов и другие.

За вклад в продвижение отрасли премии удостоился популярный актер театра и кино Дмитрий Назаров.

На церемонии была отмечена роль ФРиО России и лично ее президента Игоря Бухарова в развитии отрасли.



В деловой программе акцент был сделан на практику бизнеса и повышение его доходности.

По традиции, немало внимания организаторы уделили шеф-поварам и их искусству, без которого сегодня уже не представить себе успешный ресторанный проект.

На «Территории идей» в рамках мероприятия «Шеф: кондитер и пекарь» свое мастерство продемонстрировали Фабьен Пейрон (Fabien Païron), шеф-повар и преподаватель известной кулинарной школы гостеприимства в Лозанне, лучший шеф-повар Франции 2012 года; Филипп Ларуэль (Philippe Laruelle), шеф-повар и управляющий ресторана-отеля Le Val Joli, шеф-повар компании De Buyer; Эрван Пудулек (Erwan Poudoulec), шеф-повар школы Le Cordon Bleu; а также шеф-кондитер из Казани Гузель Магдиева. Здесь же прошли «Винные дебаты» среди рестораторов с участием Сергея Минаева, Евгения Литвяка, Влада Лесниченко и других представителей ресторанного бизнеса.



Шеф-повар луизианской школы гостеприимства продемонстрировал свое мастерство в приготовлении французских эклеров с гуакамолем и лососем, к примеру, маленький секрет от шефа звучал так: «Гуакамолем, как и сами эклеры, нужно есть сразу. Но если добавить в гуакамолем сок лайма и аскорбиновую кислоту, то срок хранения продлевается до двух дней!»

В то же время в программе нашлось место и таким актуальным для отрасли вопросам, как, например, франчайзинг, стрит-фуд и т. д.

Достоинством представлено кофейно-чайное направление сектора HoReCa: здесь и производители различного кофейного оборудования, и компании-поставщики чая, и обжарщики кофе.

Стоит также отметить еще один факт: активное участие в работе выставки известных рестораторов и признанных экспертов отрасли, которые охотно делились своим опытом, раскрывали секреты построения успешного бизнеса и давали ценные практические рекомендации.

Так, Андрей Грязнов, операционный директор компании «Порто Мальтезе», руководитель компании Gryaznov Project, на семинаре «Как открыть ресторан, или Пять ошибок ресторатора» рассказал собравшимся о том, как открыть ресторан, в частности, в торговом



центре. Выступление он иллюстрировал примерами из собственного опыта, объясняя, какие непредвиденные трудности могут ожидать предпринимателей в процессе реализации проекта и о каких подводных камнях стоит помнить еще до начала работ.

В свою очередь, ресторатор Александр Затуливетров на авторском семинаре «Один, два, три, пять: как продолжить получать прибыль, открывая несколько ресторанов» поведал, как правильно открыть одно или несколько заведений. Также он представил на суд профессиональной аудитории свои принципы ведения бизнеса, которые сформулировал, исходя из накопленного практического опыта по созданию проектов различных форматов.

В результате участники семинара получили свод правил, следование которым позволит преуспеть любому, кто всерьез задумывается об открытии заведения.

В предложенном перечне — 19 пунктов из разряда must have. Самым значимым из них, пожалуй, является последний. Он гласит: открывайте ресторан только тогда, когда не можете его не открывать.

Собственно, выставка ПИР каждый год собирает тех, кто выбор для себя уже сделал в пользу индустрии гостеприимства.



## Европейские технологии и русские традиции для ресторанов, кафе и пекарен

Российско-австрийская компания TK Consulting Group с 2008 года работает на рынке России и СНГ в том числе в сегменте HoReCa. Компания поставляет на эксклюзивной основе пекарное и кондитерское оборудование европейских брендов: Riehle (Германия), Kolb (Австрия), Atollspeed (Австрия), Höller (Австрия) и др.

В ассортимент брендов входят печи (конвекционные, подовые, гибридные), миксеры, хлеборезки, фритюрницы, отсадно-дозировочное оборудование, уникальные комбинированные панели для нагрева и охлаждения готовых блюд и многое другое.

Компания TK Consulting Group не только поставляет современное высококачественное оборудование, но и предлагает комплексные технологические решения для проектов любого уровня — от идеи до ее воплощения.

Квалифицированные специалисты подберут оборудование под любой бюджет, повысят эффективность производственных процессов, обучат персонал, помогут в подготовке к сертификации HACCP и ISO, доработают рецептуры имеющихся изделий и внедрят новые.

Оборудование и внедренные технологии от TK Consulting Group помогают добиваться успеха ресторанам, кофейням и пекарням в Москве и Санкт-Петербурге, в Калининграде, Владивостоке и Геленджике. Компания успешно работает с Белоруссией, Узбекистаном и Казахстаном. Был даже проект в Таиланде (Бангкок) — организовали технологический процесс в Dunkin' Donuts.



**Томас Ильг,**  
управляющий  
партнер  
TK Consulting  
Group

Во многом успех компании объясняется личностью ее основателя и руководителя Томаса Ильга. Австрийский мастер-пекарь и мастер-кондитер более 25 лет связан с ресторанным бизнесом и 20 лет из них работает в России и СНГ.

Томас Ильг — автор проектов пекарен и кондитерских на международных круизных лайнерах AIDA, MSC, Carnival Corporation и в гостиничных комплексах Korston Club Hotel в Москве и Казани, «Атриум Палас Отель» в Екатеринбурге, «Кемпински Гранд Отель» в Геленджике.

TK Consulting Group постоянно участвует в выставках и семинарах для рестораторов и отельеров, а ее глава Томас Ильг как признанный специалист с мировым именем входит в состав жюри престижных профессиональных конкурсов.

Не стала исключением и прошедшая в октябре в Москве выставка ПИР, где Томаса пригласили в жюри чемпионатов по кулинарии и сервису.

Чтобы оставаться в числе лидеров отрасли и быть в тренде, компания постоянно развивается и предлагает партнерам современные технологические решения с учетом реалий и требований рынка.

В этом году была запущена собственная линия компактных конвекционных печей TK Line. Это качественное европейское оборудование, но по более привлекательной цене, чем аналоги. Каждая из пяти моделей печей представлена в двух исполнениях — электрическом и газовом, оснащена сенсорным экраном, встроенной электронной книгой рецептов и USB-портом для передачи данных, а пар позволяет подобрать оптимальную влажность для любого блюда.

**TK consulting group**

8 (495) 504-36-60

Москва, бизнес-парк «Румянцево»,  
блок А, офисный подъезд 3, этаж 7, офис 711А  
sales@tk-consult.ru      www.tk-consult.ru

реклама



Конвекционная печь TK Line

# «ФКФ Ренцель РУС»: качество гарантируем

Немецкая холдинговая компания VKF Renzel GmbH включает производственные предприятия, дочерние компании и компании-партнеры, расположенные по всему миру.

Фирма VKF Renzel имеет более чем 30-летний опыт в сфере стимулирования и продвижения продаж с ассортиментом более 17 тысяч стандартных артикулов, относящихся к отрасли рекламы и продвижения товаров.

Кроме того, благодаря опытным специалистам, производственным мощностям и потенциалу, современному оборудованию и огромному опыту, на базе VKF Renzel можно реализовать любое нестандартное решение и идею, произвести новый, отвечающий всем современным параметрам продукт. Команда ведущих специалистов VKF Renzel с опытом дизайна, конструирования и моделирования гарантирует успех ваших проектов, включая изготовление прототипов, тестирование и поддержку при запуске. Мы также обеспечим кратчайшие сроки при выполнении заказов, как стандартной продукции, так и изделий с нестандартными размерами от первичных эскизов и разработки до доставки к дверям вашего офиса.

Компания «ФКФ Ренцель РУС» является филиалом холдинга и одним из крупнейших поставщиков POS-материалов и торгового оборудования на российском рынке. Производственная программа «ФКФ Ренцель РУС» сконцентрирована на изделиях из акрила, ПВХ, ПЭТ и других листовых материалов. При производстве используется высокоточное оборудование с числовым программным управлением (ЧПУ) с различными видами обработки материала: как механической, так и термической. Из листовых материалов разной толщины производятся различные артикулы, такие как карманы, протекторы, подставки и лотки.

Кроме того, в производственной программе «ФКФ Ренцель РУС» можно выделить следующие направления: производство изделий методом литья под давлением (буклетницы, карманы для листовок, плакатные рамки и др.), производство изделий из металла (информационные стойки, стенды, дегустационные столики и др.), деревообработка изделия из алюминиевого профиля (информационные рамки и стенды, подвесные системы и др.).

Информационные подставки  
формата А4 и А5  
(вертикальные и горизонтальные)  
от 250 руб.



Торговое оборудование  
и POS-материалы



- Стойки и буклетницы под полиграфию
- Информационные стойки
- Стойки для презентации
- Ценникодержатели
- Организация полочного пространства
- Шелфтокеры и стопперы
- Оборудование для выставок
- Бейджи и аксессуары
- Прочее оборудование

 **ФКФ Ренцель РУС**

+78313 282815 • +78313 223274 • +78313 346133  
www.vkf-renzel.ru • vkf@vkf-renzel.ru

Реклама

# Совершенные технологии без компромиссов

Ваши гости рассчитывают получить идеально приготовленные блюда и возвращаться вновь, чтобы отведать излюбленные яства? Вы знаете, что залог такого успеха — в свежих ингредиентах, которые превращаются во вкусное творение при приготовлении в щадящем режиме, но задаетесь вопросом, как подать их на стол быстро и со стабильно высоким качеством? Дилемму решает многофункциональный аппарат от RATIONAL VarioCookingCenter whiteefficiency, который всегда предложит подходящее решение с учетом индивидуальных особенностей вашей кухни.

Вы сможете готовить в три раза быстрее — без долгого ожидания, партию за партией. Аппарат быстро охлаждается в нужный момент для приготовления следующего блюда. VarioCookingCenter whiteefficiency повышает эффективность обжаривания более чем на 40% по сравнению с обычными опрокидывающимися сковородами. Это означает повышение качества блюд и снижение расхода сырого продукта на 20%. Так, например, в зависимости от типа аппарата вы сможете приготовить



**Антон Винарский,**  
корпоративный шеф-повар  
RATIONAL



от 80 до 450 порций омлета за 1 час или от 6 до 70 кг гуляша.

Благодаря равномерному распределению тепла в VarioCookingCenter whiteefficiency блюдо получится идеальным и не пригорит.

Лето пролетело быстро, но осень — это не повод для грусти! Наоборот, это прекрасная возможность поностальгировать о теплой урожайной поре и полакомиться, наконец, вкусными, питательными и полезными блюдами из лесного «улова». Эксклюзивно для читателей «Ресторановедъ» представляем вашему вниманию сезонный рецепт жареных лисичек от корпоративного шеф-повара RATIONAL Антона Винарского.

Для приготовления блюда вам понадобится\*:

- грибы лисички — 6 кг;
- лук репчатый — 1 кг;
- сливки 33% — 1 л;
- сметана — 0,3 кг;
- петрушка свежая — 0,5 кг;
- вино белое сухое — 1 л;
- масло подсолнечное — 0,2 л;
- соль — 0,02 кг;
- смесь из пяти видов перца — 0,02 кг.

Перед началом приготовления задать на дисплее аппарата параметры процесса «Овощи-Жарение-20 мин». Промытые грибы ошпарить кипятком. Просушив, начать обжаривать с добавлением масла. Когда грибы начнут менять цвет, добавить нарезанный лук и тщательно перемешать, продолжив обжаривание, периодически перемешивая (каждые 2–3 минуты, это позволит получить равномерный цвет).

Жарить до золотистого цвета, после чего влить вино и полностью выпарить. Далее добавить сливки и сметану и снова перемешать. Как только соус закипит, продолжить готовить еще в течение 3 минут. За минуту до готовности ввести мелко нарезанную петрушку и тщательно перемешать. Добавить соль, перец по вкусу.

\*Состав ингредиентов указан в расчете на 1 чашу аппарата VarioCookingCenter 112L.

Эксклюзивный дистрибьютор профессионального кофеварочного оборудования  
FRANKE, MARCO, La Marzocco в РФ, Беларуси, Казахстане

+7 495 988-48-85



WWW.FRANKO.SU

*Дорогие Друзья!  
Поздравляем всех с наступающим Новым Годом!*

*Пусть Новый год принесет Вам удачу, бизнес будет успешным и в Вашем кафе или ресторане всегда будет много гостей, которых надо обязательно угостить чашечкой ароматного кофе!*

*Компания "ФРАНКО" дарит всем новогоднюю скидку:*

*С 01.12.2016 до 31.01.2017 года самые лучшие, итальянские эспрессо кофемашины La Marzocco для Вас будут дешевле на 10%! \**



*\* Скидка распространяется на имеющиеся в наличии модели*



## «Ресторан-2016»: теория и практика бизнеса

Ресторанная неделя «Ресторан-2016», проходившая в Москве с 18 по 20 октября, собрала довольно внушительную аудиторию — более 420 участников и 150 зрителей онлайн-трансляции со всех регионов России, стран СНГ, Сингапура, Гонконга, США.

По большей части это были профессионалы индустрии гостеприимства не только из России, но и из стран ближнего зарубежья.

Организаторами форума выступили Partyinfo.ru и 4banket.ru.

Площадкой для него стал один из залов столичного Korston Club Hotel. Акцент в деловой программе, состоявшей главным образом из презентаций, был сделан на интернет-технологии и те возможности, которые они дают владельцам кафе, баров и ресторанов. При этом рассматривались абсолютно разные аспекты: от создания имиджа и формирования лояльной аудитории до работы в социальных сетях и повышения доходов.

В то же время часть выступлений была посвящена вопросам эффективного управления проектами.

Так, например, Кирилл Романюк, генеральный директор «Бюро ресторанных технологий», предложил поговорить о кризисе и проанализировать основные моменты, с ним связанные. Затронул он и такую любопытную тему, как жизненный цикл заведения, рассказав, что происходит с кафе, баром или рестораном на каждом из этапов.

Кроме того, эксперт поделился своим мнением о том, какие концепции сегодня вызывают наибольший интерес у потенциальных гостей. По его словам, на данном этапе привлекательно выглядят те проекты, что связаны с брендами или медийными лицами. Доказательством тому может служить популярность бургерной Black Star Burger, которая тесно связана с именем известного музыканта Тимати.



Кирилл Романюк также подробно проанализировал ошибки, как правило, совершаемые рестораторами при реализации своих идей. В числе значимых промахов, влияющих на судьбу заведения, он назвал плохо проработанную концепцию, недооценку аренды, переоценку трафика, неверные финансовые расчеты и т.д.

Другие спикеры говорили о ситуации на рынке в целом и о том, как развивается ситуация последние несколько лет. Обсуждали перспективы отрасли и пытались дать прогноз хотя бы на ближайшее будущее.

Отдельного упоминания заслуживают встречи с лидерами отрасли, объединенные общей темой «История успеха». Аркадий Новиков, Александр Раппопорт и Тимур Ланский не только

**Встречи с известными рестораторами вызвали неподдельный интерес аудитории**

рассказали о том, как они строят свой бизнес, но и ответили на вопросы из зала. В итоге получался живой профессиональный диалог на актуальные темы.

Каждое из таких выступлений вызывало неподдельный интерес аудитории и являлось по-настоящему ярким событием в программе. Впрочем, это неудивительно, ведь своими секретами делились люди, уже давно снискавшие известность и заслуженное уважение коллег по бизнесу не только в Москве, но и по всей России и за ее пределами.

В целом «Ресторан-2016» стал доказательством того, что ресторанный бизнес в нашей стране, несмотря на все объективные трудности, не просто жив, а продолжает развиваться.

## Все козыри бизнеса — на стол!

Если однажды кто-то решит составить список оборудования для ресторана из разряда MUST HAVE, столы с охлаждаемой поверхностью обязательно окажутся в нем на одном из первых мест. Это неслучайно. Ведь их можно использовать в качестве витрин для кратковременного хранения, демонстрации, а также разделки мяса или рыбы. Кроме того, согласно действующим санитарно-эпидемиологическим правилам, порционирование готовых блюд должно производиться на столах с охлаждаемой поверхностью. Иными словами, суши и роллы должны готовиться на охлаждаемой поверхности. Не обойтись без

этого оборудования и на кондитерском производстве при изготовлении карамели. Компания NICOLD предлагает широкий ассортимент таких столов длиной от 1000 мм до 1500 мм (шаг в 100 мм), глубиной в 600 мм или 700 мм. На охлаждаемой поверхности поддерживается температура +2...+7°C. На столешнице предусмотрено углубление и дренажное отверстие, не позволяющее излишкам жидкости перелиться за пределы стола. Все модели столов с охлаждаемой поверхностью оснащены полкой для

хранения инвентаря и посуды. Стоимость такого оборудования от 37 790 руб.



реклама

# ЕхроНоReCa: время перемен

Выставке «ЕхроНоReCa» – 15 лет! За это время мероприятие приобрело весомый международный статус. Организаторы «ЕхроНоReCa» накопили колоссальный опыт, обрели поддержку экспертов.



«ЕхроНоReCa 2017» пройдет в Санкт-Петербурге со 2 по 5 марта 2017. Организатор мероприятия — выставочное объединение «ФАРЭКСПО». Участие в выставке «ЕхроНоReCa 2017» — это возможность заявить о себе на рынке Северо-Запада России, встретиться с партнерами, продемонстрировать преимущества своей продукции и получить новые знания.

В новом сезоне выставка расширяет границы — теперь о ней знают не только в Европе, но и в Азии. Среди участников появятся компании из Индии, Китая и других стран. В экспозиции «ЕхроНоReCa» будут представлены как отдельные товары и услуги, так и весь комплекс готовых решений для предприятий индустрии гостеприимства. Впервые поставщики оборудования и продуктовые фирмы презентуют объединенные стенды.

Появятся новые разделы: «Франчайзинг», «Дизайн и декор», «Реклама и полиграфия». Впервые в рамках проекта «ЕхроНоReCa» будет организована Ярмарка коммерческой недвижимости. Покупка и аренда помещений под предприятие общественного питания, проблемы рыночного и правового характера — на эти вопросы ответят представители агентств недвижимости, управляющих компаний, юридических фирм.

На Ярмарке вакансий соискателям предложат большой выбор вакансий в индустрии гостеприимства,

специалисты проведут профессиональные консультации по вопросам трудоустройства, работодатели смогут подобрать высококвалифицированный персонал или создать кадровый резерв.

Деловая программа выставки направлена на повышение профессионального уровня всех представителей индустрии гостеприимства. Семинары и тренинги проведут эксперты отрасли, руководители предприятий, обладающие большим практическим опытом в сегменте HoReCa. Успешный ресторатор и шеф-повар Сергей Малаховский поделится секретами приготовления блюд по авторским рецептам, продемонстрирует оригинальные приемы приготовления пищи с использованием различных температур — от низких (+60° C) до высоких (+900° C). Участие в тренинге «Успешный шеф — это навсегда» поможет обрести уверенность в профессии, выработать новые взгляды на питание, научиться управлять временем. Специалисты Союза дизайнеров и архитекторов ответят на вопросы: как создать неординарный интерьер? нужна ли игровая комната в ресторане? выгодны или нет вложения в старый фонд? Компания «ФинГрад», услугами которой пользуются группа компаний Аркадия, Новикова, федеральная сеть МуВох, торговая компания МАН и др., предлагает рассмотреть опыт построения управленческого учета в предприятиях общественного питания.

Целый ряд мероприятий предназначен начинающим предпринимателям в сегменте HoReCa.

Насыщенное перспективными направлениями пространство выставки познакомит с креативными идеями и новинками отрасли, которые позволят расширить и разнообразить бизнес.

реклама

**До встречи на выставке  
«ЕхроНоReCa 2017»  
с 2 по 5 марта 2017  
в Петербургском СКК  
(пр. Юрия Гагарина, 8)!**



# 3-4 ДЕКАБРЯ 2016 года МЕЖДУНАРОДНЫЙ КУБОК БАРИСТА

## СЕВЕРНАЯ ЗВЕЗДА



Командные соревнования  
бариста в номинациях:  
латте-арт,  
кофе и алкоголь,  
спидмейкинг,  
свободное заваривание

Свечной переулок, д. 13  
Пространство Гипер Тим

## ВХОД СВОБОДНЫЙ!



МЕЖДУНАРОДНЫЙ КУБОК БАРИСТА  
"СЕВЕРНАЯ ЗВЕЗДА"



Организатор - Петербургский Институт кофе и чая  
(812) 314-5567, +7-904-616-1046, +7-921-431-2945



[vk.com/baristacup](http://vk.com/baristacup) [vk.com/baristacup2016](http://vk.com/baristacup2016)  
[baristacup.kofe.info](http://baristacup.kofe.info) [kofe.info](http://kofe.info)

# Ресторанный бизнес: тенденции, концепции, перспективы

На рубеже уходящего 2016-го и наступающего 2017 года мы анализируем промежуточные показатели ресторанного бизнеса. По нашему предложению известные рестораторы оценили текущую ситуацию на рынке и перспективы его развития. Они высказали мнение о том, какие форматы и концепции будут актуальны в будущем и дали практические рекомендации по ведению дела. Разговор шел в формате круглого стола. Экспертами выступили: Артем Горелов, генеральный управляющий Gourmetto Group (Санкт-Петербург); Николай Митчин, управляющий партнер ресторанной группы Beer Family Project (Санкт-Петербург); Гаяне Бреиова, владелица ресторанов Gayane's и «Панаехали» (Москва); Александр Затуливетров, генеральный директор управляющей компании SkyRest (Санкт-Петербург) и Сергей Малаховский, владелец ресторана «Ребра house» (Санкт-Петербург).



**Артем Горелов,**  
генеральный управляющий  
Gourmetto Group  
(Великий Новгород)



**Николай Митчин,**  
управляющий партнер  
ресторанной группы Beer Family  
Project (Санкт-Петербург)



**Гаяне Бреиова,**  
владелица ресторанов Gayane's  
и «Панаехали» (Москва)



**Александр Затуливетров,**  
генеральный директор  
управляющей компании SkyRest  
(Санкт-Петербург)



**Сергей Малаховский,**  
владелец ресторана  
«Ребра house»  
(Санкт-Петербург)

— *Какие тенденции в бизнесе вы бы отметили в 2016 году?*

**Артем Горелов:** Основной тенденцией 2016 года стала демократизация ресторанного бизнеса. Успеха добиваются честные проекты. Кроме того, происходит повсеместный переход на локальные продукты. Использование российских продуктов возведено в тренд.

**Гаяне Бреиова:** Главная тенденция, на мой взгляд, — стремление рестораторов выжить и быть честными

по отношению к гостю. Предлагать ясный, интересный, проработанный до мелочей продукт: кухня, меню, ценообразование и т.д. Гость знает, что хочет, и мы должны ему это дать, должны дать даже больше. Сейчас у рестораторов нет второго шанса. Каждый промах чреват последствиями. В моих ресторанах весь персонал настолько заряжен на результат, что новый сотрудник, попадая в команду, чувствует эту энергетику на физическом уровне и моментально подсаживается. Каждый сотрудник должен быть радушным хозяином — начиная с уборщика зала и заканчивая мной как владельцем бизнеса. Такова наша основная миссия и единственное конкурентное преимущество на данном этапе. Эта тенденция в нашей компании неизменна и, смею надеяться, с успехом реализуется.

Что касается ресторанного рынка в целом, то здесь, подводя итоги уходящего года, нельзя не отметить развитие русской кухни и повышение профессионального уровня российских шефов. Уже четверо из них в лучшей сотне: Владимир Мухин (ресторан White rabbit), Сергей и Иван Березуцкие (ресторан Twins), Сергей Ерошенко (ресторан «Честная кухня»). Это приятно! Также востребованы интересные форматы на городских рынках, таких как «Даниловский», например. Национальная кухня по-прежнему на подъеме. Кстати, очень приятно отметить и актуальность армянской кухни — люди стали воспринимать ее совсем иначе. Мечта сделать кухню моей родной земли понятнее, доступнее и в итоге актуальнее, кажется, почти сбылась. Продолжается бум разноформатных кофеен, пивных и винных мест.

Заметна динамика роста креатива и понижение среднего чека. Оптимизация производственных процессов — сегодня главная «фишка» управленцев (как в зале, так и на кухне). Мы видим, что интересные форматы с самообслуживанием вполне себе приживаются — ведь гость чувствует разницу по сумме чека. «ОбедБуфет» братьев Васильчуков или новый формат — бургерная

По данным NPD Group, впервые за семь лет в период с января по август 2016 года денежный оборот российского ресторанного бизнеса сократился на 1,4%.

Причем если раньше речь шла о падении в сопоставимых ценах, то теперь рынок сокращается и в номинальном выражении.

По оценкам экспертов, по итогам года ресторанный рынок покажет более значительное сокращение. В то же время, согласно информации Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС), оборот общественного питания в России за первые три квартала 2016 года вырос на 3% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и превысил 961 млрд рублей.

«Хищник» — тому подтверждение. Кстати, бургерные в разных вариациях, видимо, у нас тоже надолго (очередь на весь Арбат в Black Star Burger к Тимати не скоро забудется).

**Сергей Малаховский:** На лицо тот факт, что идея проекта в формате фаст-фуда или стрит-фуда приходит в голову большинству инвесторов. И эта тенденция, по-моему, даже пика не достигла в 2016 году. Происходит бум бургерных, пекарни и новшавермы будут только развиваться и расти. Именно такие концепции в ресторанном бизнесе качают с полными ветрами парусами.

**Александр Затуливетров:** Я пессимист и каждый год говорю одно

В ряде регионов отмечается рост показателей ресторанного бизнеса.

По данным Петростата, оборот предприятий общественного питания Петербурга в сентябре 2016 года составил 5,9 млрд рублей, или 112,2% к сентябрю 2015 года ; в январе-сентябре, соответственно, 47,6 млрд рублей (108%).

Оборот рынка общественного питания за девять месяцев 2016 года в Новосибирске составил 13,2 млрд рублей. По сравнению с показателями за тот же период прошлого года это на 3,6% больше.

Рост выручки отдельных заведений в ресторанном бизнесе Ульяновска составляет 5–10%.

и то же. Сейчас мне кажется, что рестораторы впервые стали замечать падение оборотов по сравнению с прошлым и позапрошлым годом, когда мы все ждали падения, а произошло наоборот. А сейчас ситуация ухудшилась, а потому и ожидания не самые лучшие. Считаю, нас ждет тяжелая зима. Правда, по-прежнему пользуются популярностью проекты, рассчитанные на молодежь до 25 лет. Это единственная категория гостей, у которой есть деньги. По новой российской традиции этих юношей и девушек в основном содержат родители. Кроме того, у представителей данного поколения на генетическом уровне

уже нет привычки собираться дома, да и в гости они друг к другу ходят редко, встречаясь чаще в кофейнях, продающих напитки в основном за 120–150 рублей. Вот почему именно кофейни до сих пор пользуются популярностью. Уходит в прошлое набиравший гигантские обороты тренд coffee to go. А ведь еще не так давно такие точки открывались везде. Эспрессо и капучино продавали чуть ли не в канализационных люках. Если же говорить о модных трендах, это копчение в том или ином виде. Все, что связано с использованием печек и прочего оборудования, которое везут отовсюду. Кто-то из Мексики, кто-то из условного Уругвая или Уганды. Это тот тренд, который можно отнести к модной кухне. А те, кто работает в сегменте высокой кухни, на мой взгляд, в ужасе и не могут понять, что делать. Обеспеченные люди перестали ходить по ресторанам и гулять там красиво. В общем, времена невеселые.

Еще одна тенденция — появление интересных концепций и попытка привлечь гостей хорошей кухней в сочетании с невысокими ценами. И в этой ситуации жалко смотреть на «беззубые» рестораны, где не могут предложить ни того, ни другого.

**Николай Митчин:** Я бы отметил активное развитие направления стрит-фуд, а также бургерных и заведений с акцентом на вино. В то же время если говорить о пивном сегменте, больше появилось проектов, ориентированных в основном не на еду, а на крафтовые напитки. Хотя могу сказать, что в данном сегменте две параллельно существующих тенденции — бурное открытие и массовое закрытие. Последнее объясняется просто: людям в силу личной их заинтересованности в самом продукте хотелось войти в этот бизнес. Они считали, что в состоянии привлечь аудиторию, необходимую для полноценной работы заведения. Благо, подобные проекты, чаще всего, низкобюджетные. Но по тем или иным причинам не каждый получается. Кстати, на мой взгляд, сегмент пивных заведений с акцентом на крафт идет

рука об руку с бургерными и похож на них. В целом, уровень цен постепенно снижается. Появляется все больше доступных мест, обеспечивающих достойный сервис и качество блюд.

— **Что сегодня актуально?**

**Сергей Малаховский:** Я уверен, что все новые форматы, привезенные из других стран, будут прибыльными: японские печеные рыбки с начинками, индийские угольные лепешки, томленные мясные отруба. В стране, где пьют водку и пиво, нужны сытные, понятные блюда с выходом порций выше ожиданий.

**Гаяне Бреиова:** На мой взгляд, сегодня мы наблюдаем потрясающий расцвет винных заведений, причем разного формата. Среди них и демократичные, такие как «Винный базар», и те, что дороже (например, «Хлеб и вино» или I like Wine). Это неудивительно! Когда за дело берутся такие профи и энтузиасты своего дела, как Влада Лесниченко, Володя Басов, Артур Саркисян, Владислав Маркин и другие отличные ребята, иначе быть не может. Я сама больше люблю коньяк, но в своих заведениях мы не можем не замечать эту «винную» тенденцию. Кстати, отличный и самый верный индикатор — наши гости. Мы уже второй год продлеваем акцию «Винные пятницы» (все вино в барной карте со скидкой 50%) и видим возросший интерес и уровень знаний наших гостей в этом вопросе. Пользуясь скидкой, гости берут интересные и дорогие позиции, так как им любопытно попробовать и экспериментировать. Что характерно, гости возвращаются в ресторан и в остальные дни и берут понравившиеся позиции уже по полной стоимости. Мы также увлечены этим процессом: пересмотрели нашу барную карту и решили сделать две — армянскую и европейскую, куда вошли позиции от разных, интересных, на наш взгляд, поставщиков. Причем многие позиции предлагаем в розлив, чтобы у гостей была возможность попробовать. Планируем делать эти карты более мобильными и периодически обновлять. Большой популярностью в наших ресторанах



**Сергей Малаховский**

*”Все новые форматы, привезенные из других стран, будут прибыльными: японские печеные рыбки с начинками, индийские угольные лепешки, томленные мясные отруба.“*

пользуются винные дегустации, ужины, да и на своих мастер-классах я обязательно формирую меню в связке с вином, будь то армянская, французская или итальянская кухня.

Кстати, о мастер-классах: различные кулинарные школы и студии — новый и интересный формат (я сама провожу мастер-классы по кавказской кухне в одной из них и вижу невероятный ажиотаж).

Если вернуться к теме актуальных форматов, то, как ни странно, любопытно наблюдать за синергией пивных и винных заведений (Beer & Brut, Too Much). В них можно попробовать интересные разливные и бутылочные позиции пива, сидра и вина, конечно. Но нет ощущения дисгармонии. Видимо, хорошего много не бывает (улыбается).

**Артем Горелов:** Хороший рост демонстрируют многие проекты сегмента фаст-фуд и те, что связаны с доставкой готовой еды. Хорошие показатели у модных проектов, предлагающих гостям простую, понятную еду со средним чеком в 700–800 рублей.

**Николай Митчин:** Если говорить о концепциях, то, думаю, продолжат набирать обороты бургерные. Мы тоже будем расширяться и развиваться, но исключительно в меру своих возможностей. Понимаем: стоять на месте нельзя. Благо, ситуация на рынке аренды помещений вполне приемлемая для новых открытий, но все равно нет желания использовать заемные средства. Однако давать прогнозы на длительный срок тяжело. Тем более что кризис еще не прошел, а потому в ближайшие годы проектов, которые действительно выстрелят, ждать не стоит. Мы их не увидим хотя бы потому, что финансирования нет, значительно снизилась покупательная способность населения, люди начинают экономить.

**Александр Затуливетров:** Если говорить про ближайший год, то я бы смотрел в сторону концепций с акцентом на копчение. Эта тенденция только зародилась, и гости могут ее принять, если им предложить то, чего нельзя сделать дома. Допустим, вкусное копченое мясо в сочетании

с хорошим пивом. Может быть, произойдет второе рождение суши, как ни странно это прозвучит, при том, что сейчас они умирают по причине отсутствия подходящих ингредиентов. Сначала пропал норвежский лосось, а вслед за ним и все остальное. Если будут налажены поставки качественной российской рыбы, то все возможно. Тем более, это как раз та концепция, которая не требует больших затрат.

— **На чем можно заработать?**

**Николай Митчин:** Не думаю, что за год в этом плане произошли изменения. По-прежнему считаю: самое главное — концепция заведения, и, пожалуй, только на нее сейчас люди идут. Плюс узнаваемые личности, например, шеф-повара. А вообще нужно зарабатывать честным трудом.

**Сергей Малаховский:** Точки роста прибыли просты: очередь в ресторан (бар, кафе), своя кулинария, своя доставка, свой кейтеринг.

**Гаяне Бреюва:** В формате наших ресторанов мы с успехом используем разные варианты привлечения новых гостей и заработка. Например, я даю мастер-классы, в том числе выездные, по приготовлению блюд армянской, индийской, итальянской, французской кухни. Мы организуем тематические мероприятия в формате девичника, а также мультикультурные вечера (Gayane`s), суть которых в следующем: выбираем две страны и полностью погружаемся в их культуру. Кроме того, проводим гастрономические баттлы, когда страны бывшего СССР встречаются и бьются с Арменией. Здесь уже готовят не только шефы, но и две команды от двух поваров.

Мы всегда стараемся приглашать на все мероприятия медийных личностей. Они, к счастью, нам не отказывают, за что мы им невероятно благодарны. Участие узнаваемых персон привлекает основную аудиторию гостей и делает мероприятия более зрелищными. Еще у нас проходят винные ужины и дегустации.

**Артем Горелов:** Заработать позволит оптимизация себестоимости, упрощение меню, переход



**Артем Горелов**

*”Заработать позволит оптимизация себестоимости, упрощение меню, переход на местного производителя, использование новых систем маркетинга, обучение персонала и расширение его обязанностей.”*

на местного производителя, использование новых систем маркетинга, обучение персонала и расширение его обязанностей.

**Александр Затуливетров:** Заработать можно только на том, что практически ничего не стоит. Это единственный источник. Все остальные расходы растут космическими темпами. Коммунальные платежи, если платить их честно, давно вышли за пределы нормальных 5% от оборота и достигли 12–15%. Я уже забыл, когда фонд заработной платы был 20–25% от оборота. Сегодня он стремится к 30%. И ничего не сделаешь. Арендные ставки тоже не падают и составляют около 30%. Вот и выходит: единственное, на чем сегодня можно экономить, — себестоимость продуктов и персонал. Понятно, что всех надо выгонять и работать самому. Это непреложный закон, которому я следую ежедневно. Так что приходится перестраиваться. И думаю, в 2017 и особенно в 2018 году наступят тяжелейшие времена для ресторанов. Сейчас идет нездоровый рост отрасли. Ведь понятно, что рынок болен, и в этот момент открывается безумное количество ресторанов. Хочется закричать: остановитесь! что вы делаете? И копейку-то сложно заработать. Плюс катастрофа с персоналом. Хотя вроде бы должна быть безработица, а адекватных сотрудников не найти. Люди уходят сразу, как узнают, что однодневная стажировка не оплачивается, даже не пытаюсь вникнуть в суть работы. Они хотят получить деньги здесь и сейчас. Посмотрите на резюме тех, кто хочет занять должность администратора или управляющего: им в основном 21, максимум 23 года. И эти молодые люди считают, что уже способны работать управляющими. Это лишь подтверждает, что кадров практически нет. Думаю, в конечном итоге пузырь все-таки лопнет. Плюс существует кризис неплатежей, что хорошо видно по тому, как перестроились поставщики, перейдя на жесточайший контроль платежей. Они просто не привозят заказанное, если деньги не пришли вовремя или опоздали хотя бы на день. Денег стало меньше, а неплатежей больше.



Автоматизированно более 1500 объектов в РФ и СНГ.

Бары, кофейни (обслуживание у стойки)

Классические рестораны

Школьное, корпоративное питание и кейтеринг

Предприятия быстрого питания (fastfood)

Программное обеспечение, POS-оборудование.  
Монтаж, внедрение, обучение.  
Техническая поддержка 24 часа в сутки.

**МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ГОТОВЫЕ КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ  
ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА**

Словом, рассуждать о точках прибыльности не приходится. Разве что говорить о выживании.

— *Как изменились технологии управления проектами?*

**Гаяне Бреюва:** Как я уже сказала выше, сегодня ресторатор максимально оптимизирует все бизнес-процессы, объединяет подразделения, упраздняя менее эффективные, и старается максимально открывать потенциал линейного персонала. Так, на моих предприятиях на данном этапе один директор, PR-менеджер и я (не считая бухгалтерии). Сейчас у нас нет бар-менеджера (вместо этого есть старший бармен, который вполне справляется с задачами при нашей поддержке). Я наделяю большим функционалом менеджеров зала — им можно делегировать часть работы директора, тем самым разгрузив его. Главный мой принцип при отборе топ-менеджмента — приоритет сотрудникам с менталитетом владельца, с геном гостеприимства в крови. При таком условии многие вещи просто не нужно объяснять, что также бережет силы и повышает эффективность работы. Думаю, будущее в управлении как раз за подобным правильным подбором штата. А это возможно, если на предприятии есть четкие принципы, а рост и развитие сотрудника — обязательное условие профпригодности.

**Артем Горелов:** Большой акцент делается на автоматизацию процессов в ресторанном бизнесе, на внедрение современных систем учета и использования новых электронных систем лояльности.

**Сергей Малаховский:** На мой взгляд, никаких изменений не произошло.

**Николай Митчин:** Если судить по конкурирующим проектам, то могу сказать: есть те, кто отказывается от должности управляющего. Выделяют сотрудника, отвечающего сразу за два, а то и за три заведения. Понимаю, что все это происходит в рамках оптимизации затрат, но давным-давно у нас уже был похожий опыт. Мы пошли таким путем, и ни к чему хорошему данный

В ресторанном бизнесе России с 2016 года доля сегмента ресторанов сократилась с 38 до 34%, а сегмент фаст фуда вырос с 35 до 39%, став крупнейшим.

Тогда как, например, на ресторанном рынке Новосибирска наиболее заметный рост отмечен в сегментах фреш-баров и точек продаж горячих напитков — 21,8%. Второе место занимают кафе-кондитерские и кофейни — 20,6%. На третьем — кафе и рестораны быстрого питания — 18,5%. В то же время наибольшее сокращение (по сравнению с январем) претерпел сегмент суши-баров (на 44,4%) и ресторанов (на 4,4%).

шаг не привел. Между тем подобная тенденция, повторяюсь, прослеживается. Кроме того, кто-то сокращает штат офисных работников, что тоже происходит не от хорошей жизни. По-моему, думать о подобной оптимизации надо было, когда людей принимали. А теперь такие шаги выглядят не как эффективная бизнес-идея, а как банальное увольнение.

**Александр Затуливетров:** Намечается тенденция, которая наберет силу к лету будущего года: я имею в виду вовлечение владельцев бизнеса, рестораторов в реальную работу. Просто потому, что содержать огромный штат невозможно.

В первую очередь сократят хостес. Надо же как-то, говоря на сленге, резать косты. Аналогичная участь ждет и пиарщиков, там, где они еще оставались. По крайней мере, их, скорее всего, выведут за штат.

— *Дайте совет рестораторам...*

**Александр Затуливетров:** Не открываться!

**Николай Митчин:** С одной стороны, солидарен с теми, кто считает, что не стоит и думать о вхождении в ресторанный бизнес. Сейчас не лучшие времена для такого шага. Мы это делаем просто потому, что нам деваться некуда: рестораны уже стали неотъемлемой частью жизни. С другой, могу сказать: если уж решились, не надо надеяться на кого-то, особенно если речь о человеке с улицы. Да, на рынке есть люди, ищущие работу, но, на мой взгляд, это не вариант, если мы говорим об успешном ведении бизнеса. В свое время, еще на начальном этапе, мы сами обожглись, доверившись наемному директору. Думали, что все будет хорошо. И действительно, все



**Гаяне Бреикова**

**”Постоянно развивайтесь, держите нос по ветру и не питайте иллюзий: быть честным по отношению к себе и к гостю дорогого стоит.“**

было хорошо. Только лично у него, а не у нас. Дела наладились, лишь когда мы его выгнали и стали сами управлять проектом. Так что если уж совсем невтерпеж и очень хочется открыть ресторан, садись туда сам и руководи, контролируй все процессы, живи там. Тогда, может быть, что-нибудь и получится.

**Сергей Малаховский:** Давно перестал давать бесплатные советы. Есть небольшой капитал — пишите, звоните. Да и лень (улыбается)!

**Артем Горелов:** Сегодня нужно многократно взвешивать каждый шаг при ведении ресторанный бизнеса. Честно выполняйте свою работу. Глубоко изучайте данную сферу бизнеса! Выбирайте демократичные проекты. Обязательно участвуйте сами в своих проектах, не доверяйте управление наемному персоналу!

**Гаяне Бреикова:** Важно помнить, что ресторанный бизнес состоит из мелочей. Постоянно развивайтесь, держите нос по ветру и не питайте иллюзий: быть честным по отношению к себе и к гостю дорогого стоит.

*Записал Алексей Журавлев*

## Welcome Forum Санкт-Петербургский зимний форум

### «Искусство гостеприимства»

# ПЕРВЫЕ В НОВОМ ГОДУ!

**Не пропустите! Этой зимой вас ждут жаркие встречи!**

**15-16 февраля 2017 г.**

[welcome-forum.ru](http://welcome-forum.ru)

8 812 493 44 04

[pr@mediavibor.ru](https://www.instagram.com/mediavibor)

# Модные ресторанные истории качают деньги год-два и уходят

## При открытии нового проекта не стоит следовать сиюминутным трендам

### Антиконцептуальные рестораны уходят с рынка

Продолжается открытие более демократичных форматов и концепций, рестораторы больше внимания уделяют сегментам стрит-фуд, фаст-фуд, столовых. Эти концепции в кризисную эпоху по понятным причинам пользуются большей популярностью. Другая значимая тенденция — ориентация на отечественные продукты, качество которых постепенно растет, да и поставки более или менее налаживаются. Кроме того, продолжают отмирать нелепые концепции, антиконцептуальные рестораны (когда все сразу в одном месте: и суши, и пицца, и караоке). В кризис такие заведения чувствуют себя все более неуверенно, они уходят с рынка, уступая место более разумным, понятным для потребителя проектам.

Главное, чтобы их открывали люди, понимающие, что, для кого и почему они создают, знают, чем их продукт отличается от того, что есть в соседних ресторанах. Все просто: либо ты предлагаешь нечто оригинальное, либо то, что делаешь лучше, дешевле, быстрее остальных.

### Начинается конкуренция талантов

Поднять доходность проекта может мастерство шефов, их умение готовить вкусные блюда из простых, может быть не самых классных продуктов. Согласитесь, несложно взять недорогой импортный продукт высочайшего качества и из него создать вкусное блюдо. А ты попробуй сделать шедевр из нашей отечественной свеклы или капусты. Возьми альтернативные отруба и приготовь их так, чтобы слюнки текли. Такое



**Дмитрий Левицкий,**  
генеральный директор  
компании HURMA  
Management  
Group (Москва)

уже не каждому по силам. Начинается конкуренция талантов. Она дает возможность зарабатывать, потому что себестоимость данных продуктов относительно невысока, и если из подобных продуктов повар в состоянии приготовить вкусное гастрономическое блюдо, это первый шаг к тому, чтобы заработать деньги. Второй момент — битва за гостя. В залах, в информационном пространстве. Ведь если еще вчера гость приходил просто потому что приходил, сегодня такого уже не происходит. Поэтому за посетителя надо биться, придумывать что-то новое, оригинальные ходы, нестандартные предложения. Словом, нужно отрывать консервативное место от стула и шевелиться. Других секретов нет.

### Главное — делать лучше прочих

Можно реализовать любой проект и преуспеть, если понимаешь, что это, и делаешь хорошо. Год назад мы открыли Meat Puppets, при том, что в Москве куча мясных ресторанов. Но кто нам мешает работать в том же формате, но лучше, качественнее? Никто! В итоге у нас зал битком и все хорошо. Можно открыть и бургерную. Главное — сделать ее лучше прочих. Что касается моды и открытия заведений с концепцией, качающей деньги, то моя позиция в этом вопросе остается неизменной: если что-то открываешь, не стоит следовать сиюминутным трендам, как показывает опыт, модные истории качают деньги год-два и уходят. Еда, на мой взгляд, не должна становиться вопросом моды или трендом в гастрономическом смысле. Поэтому открывай, что хочешь, просто делай хорошо.

## IT для ресторанного бизнеса

Рубрику ведет компания «ЮСИЭС СПб» (UCS SPb)

# В НОВЫЙ ГОД ВСЕ ПО-НОВОМУ: Игорь Ситник о новых лого, новых технологиях и новых достижениях

— **Какие перемены произошли в компании UCS?**

» Этот год был очень щедрым на позитивные перемены. Произведен ребрендинг, рождена особенная концепция, более актуальная и узнаваемая. Создана образовательная платформа UCS\_Academy, где известные рестораторы делятся своим опытом и знаниями.

— **Расскажите о новых технологиях, презентованных в этом году. Правда ли, что гости теперь могут сами бронировать столики и оплачивать счет с мобильного телефона?**

» Да, действительно теперь есть технология, объединяющая систему R-Keeper и систему бронирования столов SmartReserve. Пользователи приложения «Афиша-Рестораны» могут бронировать столики, и, не дожидаясь официанта, оплачивать счет с мобильного телефона. Это то, что сейчас действительно важно и нужно современному посетителю ресторана.

Еще одна интересная новинка: последняя версия r\_keeper\_7\_delivery и приложение «Агент доставки» (r\_keeper\_DeliveryAgent — прим. ред.). Приложение разработано для смартфонов, работающих на операционной системе Android и доступно бюджетным проектам. В базовую комплектацию также входят система мониторинга курьеров и тепловая карта заказов. Все эти решения используются совместно и обеспечивают эффективное управление службой доставки.

— **Что пользователям ждать в следующем году?**

» Выходит долгожданная 5-ая версия системы складского учета StoreHouse. Целый спектр важных и нужных опций представлен в новой версии, но прежде всего — возможность производить полный и прозрачный учет в одной базе для любой конфигурации бизнеса: от небольшого кафе до сложной комбинации юридических лиц. Автоматическая цепочка



**Игорь Ситник,**  
генеральный директор  
компании  
«ЮСИЭС СПб»

» Пользователи приложения «Афиша-Рестораны» могут бронировать столики, и, не дожидаясь официанта, оплачивать счет с мобильного телефона. Это то, что сейчас действительно важно и нужно современному посетителю ресторана. «

**r\_keeper**

Территория  
R-Keeper —  
42 000  
объектов  
в 47 странах  
мира.

движения документов: от продажи на кассе до заказа сырья. Все варианты приготовления блюда в одной калькуляционной карте. И при этом закрытая база данных и низкие системные требования.

— **А какими проектами можете похвастаться?**

» Самым запоминающимся для нас стал проект автоматизации объектов общественного питания ПМЭФ. Наша команда реализовала проект с нуля, мы обеспечили надежную работу системы в ресторанах, где встречались первые лица государств, вручались престижные премии, проходили важные мероприятия. Но были и другие интересные проекты, более 200 ресторанов разного формата: места общественного питания «Экспо форум», рестораны «Кухня», «Азбука хлеба», «Уральский мост», «Китайская кухня», сигарный клуб «Гавана», «Манана», «МОМО», «КО-КОКО», British Bakery, второй ресторан «Пахвала». Продолжаем работу с сетями, которые успешно развиваются: Burger King, Subway, «Токио сити», «Бахрома № 1», «Штолле», «Линдфорс», «Суши шоп», «Пряности и радости».

— **Вопрос ЕГАИС весь год тревожил умы рестораторов, как вы помогли своим заказчикам?**

» Мы вовремя подготовились ко всем нововведениям. Были выпущены специальные обновления для системы StoreHouse, чтобы вести учет закупок алкоголя в ЕГАИС. Для тех, кто продает алкогольную продукцию в розницу, было выпущено специальное обновление системы R-Keeper. Мы получили огромное количество откликов от пользователей наших продуктов, мы очень рады, что они не только востребованы, но и имеют большой успех.

**U\_C\_S**

Санкт-Петербург,  
Московский пр., д. 91  
(812) 329-05-60

✉ info@ucs-spb.ru,  
www.ucs-spb.ru

# В новый год со старыми друзьями и новыми проектами!

*«Кто сам хороший друг, тот имеет и хороших друзей»*

**Никола Макиавелли**

В преддверии нового 2017 года мы хотим рассказать об одном из наших старинных друзей — компании «Ла Американо» — и грандиозных совместных планах на 2017 год.

С командой «Ла Американо» мы работаем около 10 лет, и с тех пор было реализовано много интересных проектов от пивных баров до сети ресторанов по доставке пиццы, кондитерских и детских кафе. На данный момент «Ла Американо» открыли большое количество заведений общественного питания в Кронштадте и Петергофе и занимают лидирующую позицию по доставке пиццы в этих регионах. В 2014 году владельцы «Ла Американо» были награждены почетной грамотой и первым призом за вклад в общественное питание в г. Кронштадте. На всех объектах установлена система Intellect Style для ресторанов и фаст-фуда. Периодически мы проводим совместные встречи для принятия решений по дальнейшему развитию сети.

Хочется отметить наиболее яркие заведения, которые отличаются своей самобытностью. Кафе «Каштан» по адресу: г. Кронштадт, пр. Ленина, д. 25/2 — это изумительное домашнее заведение



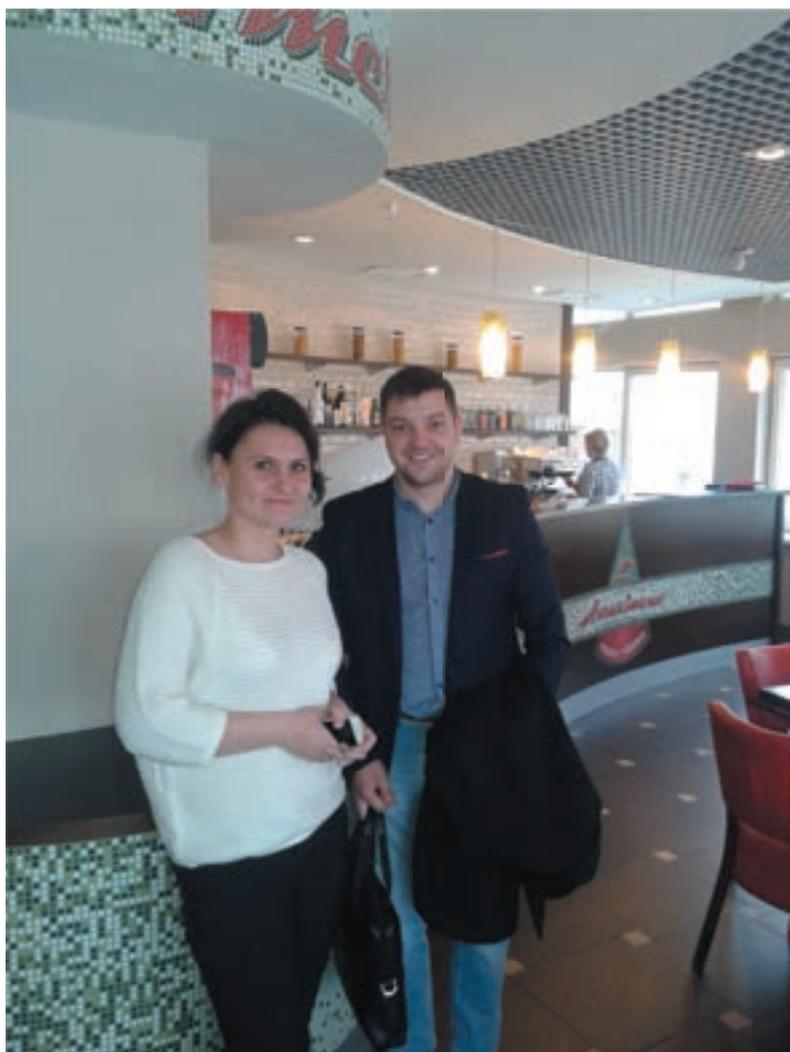
**Дарья Пуйто,**  
начальник отдела продаж  
Группы компаний ККС  
(Санкт-Петербург)

европейской кухни, самым главным сюрпризом в меню которого, является чай на разный «вкус и цвет». Гости ощущают теплоту и домашний уют этого замечательного кафе. От себя лично добавлю, что чай с облепихой по секретному рецепту — это один из самых изысканных напитков в «Каштане». В приятной атмосфере можно вкусно пообедать, в меню всегда есть рыбные и мясные блюда. Это место популярно и у знаменитостей, которые ценят уединенность и тишину. К слову, недавно в заведении был замечен Пьер Ришар. Все же владельцы не открывают секретов, храня конфиденциальность гостей.

Следующим заведением, где с любовью поработали над дизайном сотрудники команды «Ла Американо», является кафе «Сказка», расположенное по адресу: г. Кронштадт, пр. Ленина, д. 31. В Кронштадте это излюбленное место всех туристов, потому что можно быстро и не очень дорого пообедать, а также получить массу удовольствий в этом сказочном кафе. Концепцией заведения является юмористически-сказочный антураж в старорусском стиле. Сказочные герои, изображенные на лубках, радуют не только детей, но и взрослых. В «Сказке» вы сможете отведать все самые популярные блюда русской кухни. Очень советуем попробовать домашние пельмени и блины на любой вкус.

В любую погоду в Кронштадте много туристов. В зимний и летний периоды этот город пользуется большой популярностью. Основной достопримечательностью города является Морской Никольский собор, возле которого собираются толпы туристов. Храм поистине великолепный. Напротив храма вы сможете увидеть замечательный ресторанчик с совершенно простым названием — «Еда и кофе», где можно согреться и вкусно поесть. Название просто и понятно, как и все в этом ресторане. Но при этом изысканность и уют данного заведения поспорят не с одним рестораном города.





Окна выходят на собор, что позволяет провести время в тепле, наслаждаясь вкусной кухней и разглядывая изумительные черты морского храма.

Одной из «фишек» данного заведения являются блюда-новинки. На досках-меню вы все увидите сами. В последний раз моего пребывания в ресторане «Еда и кофе» блюдом дня был теплый салат с печенью — невероятно вкусное блюдо. Сюда любят заглядывать не только местные жители и туристы, но и звезды шоу-бизнеса. В день моего присутствия у окна с видом на храм спокойно пили кофе с пирожным молодожены, греясь после прогулки.

Также в городе действуют рестораны-пиццерии, где можно отведать пиццы и вок. Доставляют пиццу «Ла Американо» по всем близлежащим пригородам Петербурга (Петергоф, Ломоносов, Стрельна и т.д.). В меню пиццерий есть стандартные пиццы / вок, а также пицца по собственному секретному рецепту «Пицца Ла Американо», которая пользуется огромным спросом. Пиццерии очень уютны и удобны для больших компаний.

[www.ccrs.ru](http://www.ccrs.ru)  
[www.econcept.ru](http://www.econcept.ru)

В 2017 году у команды «Ла Американо» в планах открытие собственных пекарен и кондитерских точек, одна из них уже запускается в этом году. Планируется дальнейшее развитие сети по доставке пиццы и открытие дополнительных ресторанов общественного питания. На данный момент прорабатывается техническое задание по установке специализированного управленческого учета на всю сеть общепита «Ла Американо». В 2017 году во всей сети будет действовать система лояльности, которая позволит объединить бонусную программу для клиентов сети. Заказывать на дом и посещать кафе сети «Ла Американо» станет еще выгоднее. А система лояльности для гостей позволит копить баллы, экономить на заказах, а также, оплачивать свой заказ с помощью современных мобильных приложений.

2017 год будет годом совместного партнерского проекта. Мы готовимся запустить продажу франшизы данных заведений. Команда «Ла Американо» и Группа компаний ККС будет рада помочь вам открыть любое собственное заведение из вышеперечисленных форматов. Под чутким руководством наших общих специалистов, с программным обеспечением и пос-оборудованием от Группы компаний ККС, вы сможете начать свой бизнес с дружественной и опытной командой.

Станьте успешными вместе с нами!

По всем вопросам приобретения франшизы и покупке специализированного программного обеспечения обращайтесь в Группу компаний ККС и управляющую компанию «Ла Американо».

Успешного вам нового года! Выгодных проектов и верных друзей!



# Максим Кораблев-Дайсон: «Людей объединяет цель»

A portrait of Maxim Korabljev-Dayson, a man with short dark hair and a light beard, smiling. He is wearing a bright blue polo shirt and light blue trousers. He is leaning against a brick wall. The background is slightly blurred, showing some greenery and a building.

Когда-то, будучи студентом, он начал свой путь в индустрии гостеприимства с должности помощника бармена в одном из петербургских отелей, где мыл посуду. Сегодня Максим Кораблев-Дайсон — генеральный директор и управляющий партнер ресторанной группы PARUSA RMC, в которую на данный момент входит несколько ресторанов.

## Ступени карьерной лестницы

— Как получилось, что вы в свое время пошли по этой дороге?

» Все произошло во многом случайно и даже по необходимости — искал возможности заработать. История развивалась стремительно. Знаете, бывают в жизни ситуации, когда что-то делаешь и испытываешь сопротивление. Чувствуешь: не получается. У меня же сложилось иначе, легко, хотя двигался с самых низов, ведь практически опытом на тот момент похвастаться не мог. Однако одно конкурентное преимущество все-таки было: я свободно говорил по-английски — для гостиничного бизнеса весомый фактор, — что, собственно, и позволило мне тогда получить эту работу.

А потом возникло ощущение: для повышения своего профессионального уровня нужно научиться чему-то еще. Решил поступить в академию барменов. Надо сказать, там получил великолепный практический опыт. Всего за месяц из непрофессионала из меня сделали крепкого специалиста узкого профиля. Именно тогда впервые почувствовал уважение к профессии, начал по-настоящему понимать, что и почему делаю. При этом не возникало чувства страха, когда кто-то со стороны комментировал мои действия.

— В какой момент осознали, что ресторанный бизнес — это ваше?

» Долгое время себе такого вопроса не задавал. Потому что мне просто нравилось то, чем я занимаюсь. Теперь чувствую, что в первую очередь мне нравится постоянное общение с людьми. Это действительно мое. Не будь я связан с ресторанным бизнесом, все равно выбрал бы похожую по сути сферу деятельности.

— А еще, судя по всему, вы человек целеустремленный...

» Абсолютно точно.

— Когда окончили школу барменов, представляли себе, в каком направлении будете двигаться дальше?

» Меня никогда не покидало ощущение, что я должен быть в числе

тех, кто создает рестораны. Да, тогда еще не думал стать собственником заведения. Но все время хотелось создавать что-то самому. Впрочем, это я понимаю только сейчас, а поначалу всерьез об этом даже не задумывался. Скорее, все происходило по наитию. Хотя, например, уже в школьные годы организовывал дискотеки. Именно тогда, наверное, и появилось первое представление о том, чем хочу заниматься дальше. В итоге жизнь показала: создание проектов, управление ими — это как раз то, что мне нравится. И ресторанный бизнес — тому доказательство. Сегодня в ней уже восемь ресторанов, а ведь еще шесть лет назад работал всего один. Согласитесь, хороший результат.

— Максим, в вашей карьере был ведь и кофейный период? Каким образом оказались в данной сфере и что получили для себя?

» Для меня бармен и бариста — очень близкие профессии. Так что переход в кофейный бизнес — попытка дать себе возможность выйти на другой уровень. Возможно, это как-то связано с тем, что свое первое высшее образование я получил в Санкт-Петербургском Политехническом институте (ныне Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого — авт.), окончив радиотехнический факультет и защитив кандидатскую диссертацию. Сейчас вспоминаю титанические усилия, которые приложил для этого, ведь приходилось совмещать работу, учебу в аспирантуре

Интерьерное решение в ресторане «Паруса на крыше» соответствует концепции: современный минимализм, солидность, домашний уют.





и семью — на тот момент у меня уже родился ребенок — и могу признать: было действительно очень тяжело. Никогда не забуду, как с трудом вставал с утра, возвращался домой с работы в два часа ночи с ощущением, что завтра снова предстоит ранний подъем. В подобной ситуации нужен стимул, чтобы не опустить руки и двигаться дальше. Для меня им стал интерес к тому, чем занимался. Сегодня порой встречаю тех, кому не нравится их работа. Считаю, в таком случае

нужно немедленно менять род деятельности. Хотя бы потому, что успеха не будет точно. Если хочешь чего-то добиться, нужно заниматься тем, что по-настоящему интересно. К счастью, так получилось, что мое хобби совпало с работой. И кофе не стал исключением. Помню, когда стоял за стойкой бара, у меня были самые высокие продажи кофе среди коллег-барменов. Гости считали его самым вкусным, а потому, заходя в бар, всегда спрашивали, работаю я или нет. Так что, можно сказать, люди



приходили на кофе, приготовленный моими руками.

— **Наверняка возникла конкуренция с коллегами. Какие чувства она вызвала у вас и у них?**

» Для меня конкуренция — условное понятие. Всех, с кем я работаю, считаю коллегами. Это люди, с которыми мы делаем одно общее дело. Мне всегда интересно, знакомясь с людьми, понимать, в чем секрет их

**Панорамный вид на город стал конкурентным преимуществом проекта «Паруса на крыше»**

профессионального успеха, как им удастся достигать результатов. А потому конфликтов на работе у меня не было никогда. Тем более что я абсолютно неконфликтный по натуре человек. Всегда удается найти общий язык. Людей объединяет цель. Когда все заинтересованы в ее достижении.

— **Помните первый собственный проект в ресторанном бизнесе?**

» Им стал ночной клуб «Pa-ka», в котором я был управляющим партнером. Кстати, располагался он рядом с Государственным Эрмитажем. Согласитесь, красивое начало (*смеется*). Если вспоминать те годы, тогда хотелось просто что-то сделать. Энергии много. Потенциал большой, чего не скажешь о позитивном опыте. Сегодня я для себя понимаю: если у тебя есть пять лет практического и, что очень важно, успешного опыта в том или ином деле, тогда существуют предпосылки для создания собственного бизнеса, пусть даже с кем-то на паях. Начинать самостоятельный проект без такого багажа — огромная психологическая нагрузка, да еще с непонятными перспективами. Да, говорят, что негативный опыт — тоже опыт. Но надо задать себе вопрос: стоит ли ставить над собой нечеловеческий эксперимент или реально найти более комфортные варианты реализации задуманного? И выясняется, что такие возможности действительно существуют.

— **Возвращаясь к истории с клубом: что вам тогда удалось сделать и какой опыт вы приобрели?**

» Я пришел на должность управляющего партнера нового проекта с позиции бар-менеджера одного из ресторанов Ginza Project. Мы пытались сделать так, чтобы он работал и зарабатывал круглосуточно, а потому сами вникали во все вопросы, делали любую работу, понимая: быть учредителем, собственником, первым лицом компании — значит вкалывать семь дней в неделю 24 часа в сутки. Раньше, будучи наемным работником, всегда наблюдал за поведением руководства, владельцев заведения. Вот они приехали, сели пообедали, пообщались. Помню собственные ощущения. Мне



как линейному сотруднику всегда казалось, что так работать нельзя! Сегодня с улыбкой вспоминаю свое тогдашнее отношение к этому. Понимаю: по большому счету можно вообще на работу не приезжать. Есть условная градация руководителей. Высшая ступень — когда каждый сотрудник знает, что такой человек есть, но никто понятия не имеет, как он выглядит. И при этом все работает. В общем, главное — найти актуальную концепцию, грамотно выстроить бизнес-процессы и правильно подобрать команду, вовремя ее обучив. Люди — самое важное для того, чтобы проект был удачным.

### Построение успешного бизнеса

— По сути вы сейчас озвучили свой рецепт процветания?

» Знаете, за шесть лет у меня полностью поменялось представление о том, какой проект может быть успешным, а какой нет. Сначала казалось, что по-настоящему может выстрелить только огромный ресторан, где есть все, в том числе ночная составляющая, банкеты и т.д. Словом, такой вариант ресторана «Паруса». Я так думал, несмотря на уже имевшийся негативный опыт с проектом в центре Петербурга. Это заведение потребовало больших физических и моральных затрат, отнимало очень много, а вот результаты

Подготовке персонала в ресторанах компании PARUSA RMC уделяется особое внимание

не соответствовали нашим ожиданиям. Однако все равно был убежден, что маленький ресторан мы никогда не станем открывать.

Но потом появился ресторан «Пхали-Хинкали», в корне изменивший восприятие. И сегодня могу сказать: по-настоящему успешны те проекты, что созданы для людей, у которых определен стиль и уровень жизни, свои потребности, ожидания, ощущения. Четко представляя себе такого человека, можно понимать свою целевую аудиторию в целом. Поверьте, у каждого успешного проекта она есть. Причем когда заходишь в тот или иной ресторан, этих людей видно, они даже похожи друг на друга. Им комфортно в этом месте. А, значит, владельцам заведения удалось воссоздать правильную для своих гостей среду обитания. Можно сказать, ресторан — это проект с уникальной средой обитания, место, куда хочется приходить. Грамотное позиционирование, продуманная ценовая политика — она сейчас также является существенным фактором — и есть ключ к успеху.

## О рестораторе

**Максим  
Кораблев-Дайсон**  
Управляющий партнер  
ресторанной группы  
PARUSA RMC.



В ресторанном бизнесе более 10 лет, начинал карьеру с позиции помощника бармена. Окончил школу Петербургской ассоциации барменов и Петербургский институт кофе и чая по специальности бариста. В 2009–2010 году — соучредитель ночного клуба Pa-ka, ресторанов «Черника» и «Тайна». В 2010 году пришел на позицию управляющего одного ресторана — «Паруса». Кандидат физико-математических наук.



## Чтение между строк

— С какими трудностями вам пришлось сталкиваться, создавая ресторанные проекты?

» Они были и остаются абсолютно разными. Случались критические. Таковой в свое время являлась проблема партнерства.

— Что имеете в виду?

» Надо понимать, что партнеры — это некий фундамент здания, которое ты возводишь. И если при его закладке возникают проблемы, допущены ошибки — это всегда заканчивается катастрофой. И таких примеров масса. Вот почему, уже обладая определенным опытом и общаясь по поводу различных проектов, я слышу ключевые слова, после которых с чистой совестью можно сказать спасибо и вежливо отказаться от предложения, пожелав успеха. Ведь надо понимать: открытие любого проекта — это в среднем год запуска, а если ресторан не пошел, то еще

Ресторан «Паруса» в яхт-клубе: пример продуманной локации, когда окружающая действительность усиливает впечатление от заведения

год он будет влечить существование, а потом все равно закроется. Можно себя оградить от подобных проблем, еще на стадии планирования не участвуя в реализации тех идей, которые, очевидно, не имеют будущего.

— Что это за ключевые слова?

» Например, если ресторан открывается для жены — нет вопросов. Тогда понятно: есть некая сумма ежемесячных расходов, а доходы — это творческая составляющая, которая вообще может не анализироваться. И лучше, если будет именно так, чтобы лишний раз не расстраивать супруга. Единственное но: подобные проекты нельзя рассматривать как бизнес. Ведь может наступить момент, когда ты будешь предлагать практическое решение того или иного вопроса, а твой партнер, он же инвестор, станет настаивать на так называемом творческом варианте. А потом начнет задавать вопросы, реально ли что-то сделать, чтобы вывести проект из сложной ситуации. То есть по сути получается, что



человек за собственные деньги купил себе ворох проблем, открыв ресторан, который априори будет неуспешным. Иными словами, приобретает ненужные встречи, конфликты, головную боль с ликвидацией бизнеса и т.д. Умение ограждать себя от таких ситуаций дорогого стоит.

А еще инвесторы часто не в состоянии адекватно оценить вложения в проект «под ключ». Ведь источников, откуда прилетают непредвиденные расходы, бесчисленное множество. Так что попадание в оптимальные цифры — это своего рода искусство.

### Концептуальный подход

— *Самое время поговорить подробнее о тех проектах, к которым вы сейчас имеете непосредственное отношение. Как бы вы описали концепцию, например, ресторана «Паруса»?*

» Ее создателем является Артем Беляев, первым проектом которого был ресторан «Zima-Лето». Он двукратный чемпион мира по водно-моторному спорту. Человек, очень увлеченный кайтом.

Артем часто говорит: «Я делаю ресторан под себя». А поскольку он — собственник бизнеса и страстно увлечен

При создании проекта «Пхали-Хинкали» продумывалась каждая деталь концепции: от названия и вывески до меню и ценовой политики

водными видами спорта, то и местоположение для проекта выбрал соответствующее — центральный яхт-клуб, где все связано с водой.

Кстати, в какой-то момент я начал осознавать, что ресторан — это не только про еду. Признаюсь, долгое время не обращал внимания на данный факт. Мне было важно, чтобы все работало с точки зрения технологии бизнес-процессов — содержание меню, уровень и качество обслуживания, профессионализм официантов. Потом пришло понимание, что куда важнее маркетинг и видение целевой аудитории, тех, для кого создан проект, а еще имеет значение, как это сделано. Иными словами, все то, на что сами гости обращают внимание.

— *Расскажите о другом ресторане компании — «Паруса на крыше», который выстроен на суше...*

» С удовольствием! Да, конечно, воды здесь нет. Но воздух — похожая по ощущениям стихия. Так что это исключительно вопрос восприятия. Мы сделали акцент на видовой составляющей, на впечатлении, что ты плывешь над городом. И поверьте, ресторанов, которые могут сравниться с нашим по виду, в Петербурге не так много. Для

того чтобы их сосчитать, хватит пальцев на руках. Это то, что дано ресторану «Паруса на крыше» от рождения. И, на мой взгляд, наш вид — типичный для Санкт-Петербурга, с его перспективой и непередаваемой, особой атмосферой.

— **А если говорить об аудитории данного проекта, как бы вы охарактеризовали его гостей? Кто они?**

» Есть несколько категорий людей, которые посещают нас по разным поводам. Одна группа — это те, кто приходит в караоке для того, чтобы отдохнуть в вечернее и ночное время, попеть в хорошей компании. У них свои пристрастия, ожидания и пожелания. У ресторана — другая аудитория. Отдельная история — бизнес-ланчи. В ней на первый план, наряду с качеством блюд, выходит время обслуживания. Как правило, на все про все у гостя есть не более получаса. В общем, в проекте «Паруса на крыше», мы стараемся удерживать баланс разных направлений.

## Грузинский акцент

— **Максим, а сеть «Пхали-Хинкали»?**

» Ее концепцию мы формулируем так: грузинские рестораны с европейской подачей. На мой взгляд, из всей палитры наших проектов «Пхали-Хинкали» является наиболее зрелым в смысле его продуманности и подготовки. Это ребенок, который вынашивался долго.

Перед нами стояла задача сделать так, чтобы средний чек на гостя составлял не более 700 рублей. Ведь заведение со средним чеком в тысячу или полторы тысячи рублей — уже иная аудитория, иной формат. А самое важное — есть другие рестораны, предлагающие продукт для таких гостей. В подобных проектах гораздо больше инвестировано, например, в интерьер.

В общем, мы нашли решение. И это выстрелило. К слову, приятно, когда вижу в «Пхали-Хинкали» и в ресторане «Паруса» одних и тех же людей. Только они одеваются соответственно месту: в первом случае по-домашнему, а во втором более официально. А самое интересное, что и ведут себя по-разному, в том числе, подстраиваясь под концепцию. Причем в «Пхали-Хинкали» мы постарались сделать так, чтобы

» *Из всей палитры наших проектов «Пхали-Хинкали» является наиболее зрелым в смысле его продуманности и подготовки. Это ребенок, который вынашивался долго.* «

На дне рождения ресторана «Пхали-Хинкали» на пр. Просвещения торт разрезали в присутствии гостей

гостями все воспринималось как доступное по цене, но качественное. Даже специально не использовали дорогих материалов при отделке, так как это может отпугнуть.

— ???

» Приведу пример из другой области: как показала практика, если в сыякотную погоду перед входом в магазин положить кристально чистый, белый коврик, внутрь войдут только абсолютно уверенные в себе люди, намеренные что-либо купить. И такой психологический эффект нужно учитывать, продумывая концепцию ресторана и рассчитывая на определенную аудиторию. Та же золотая ручка на входной двери уже может отсечь огромный пласт потенциальных гостей, если речь о заведении со средним чеком в 700 рублей. Так что концепции должны соответствовать все детали. Создание ресторанов — это искусство, поскольку существует очень много факторов, каждый из которых в конечном итоге играет свою роль.

Мы открывались тогда, когда начался кризис, который, естественно, повлиял на процесс. Знаете, последние два года у многих было странное, демотивированное состояние. Только сейчас все пришло в норму. А ведь ничего особенного не произошло. Похоже, просто накопилась усталость от болезни и захотелось двигаться вперед, к лучшему, к солнцу. Незадолго до этого мы задали себе вопрос: а можно ли сделать все качественно, но в два раза дешевле? Длительное время искали варианты,



## Блиц о личном

— *Как отдыхаете, когда есть время?*

» По-разному. Очень люблю путешествовать. Хотя не меньше нравится проводить время дома с семьей. Не могу похвастаться, что в моей жизни есть баланс между работой, семьей и личными интересами, но делаю все, чтобы он был.

— *Если удастся взять выходной, телефон отключаете?*

» Ставлю на беззвучный режим (улыбается). Делаю это для того, чтобы отпустить ситуацию. Правда потом просматриваю пропущенные вызовы и сообщения, когда появляется возможность. Но ключевые сотрудники знают, как меня достать в любом месте.

Помню, в первом своем ресторане я дневал и ночевал, пахал семь дней в неделю с утра и до вечера. Сейчас проектов восемь, и в планах расширение. А работаю уже не семь, а шесть дней. И на многое, в том числе на занятие спортом, остается время. Это вопрос исключительно тайм-менеджмента.

— *Определяющая черта вашего характера?*

» Позитивное отношение к жизни и проактивный подход к решению возникающих вопросов.

— *Ключевой принцип в бизнесе?*

» Создавать проекты, которые были бы по душе людям. В ресторанном бизнесе мне всегда нравилось то, что, работая в нем, занимаешься позитивной деятельностью, даришь людям радость и положительные эмоции.

— *Что читаете в свободное время?*

» Пока бизнес-литературу. Знаю, что лет через десять позволю себе взять в руки художественные произведения. А может быть вместе с сыном, которому сейчас пять, когда он пойдет в школу, заново изучу всю обязательную программу. Книги интересны тем, что перечитывая, воспринимаешь их иначе. Но к этому нужно быть готовым и уделить время, а сейчас я полностью погрузился в ресторанный бизнес. Ведь создание проектов требует огромных усилий. Управлять ими гораздо проще.

— *Что главное в жизни?*

» Любовь.

— *А тогда что такое счастье?*

» Это состояние, к которому, наверное, все мы стремимся. По крайней мере, мне оно очень близко.

как создать ценовое предложение, соответствующее реалиям жизни, и при этом сохранить качество.

## Инновационный взгляд

— *Удалось найти?*

» Придумали такой ход — «чувственный дайвинг», дав гостям не только вкусовое и визуальное ощущение и усилив ароматическую составляющую подачи. Попробовали пойти на эксперимент, поняв, что у каждой позиции в меню может быть своя натуральная ароматическая добавка. Провели исследование, а кроме того, искали вариант локального нанесения аромата.

— *В чем смысл?*

» В конечном результате. А так мы один раз доработали подачу блюд, а в дальнейшем ее можно многократно использовать. В итоге гость получает продукт другого уровня. Иными словами, ценность нашего предложения становится выше. И это, если хотите, новое слово в ресторанном бизнесе.

## Кадровые ценности

— *Максим, давайте теперь затронем кадровый вопрос. Как он решается у вас?*

» Персонал — это основополагающий фактор, определяющий успех проекта в целом. Важно, насколько команда ресторана готова к возможным трудностям, связанным с его открытием, которое вполне сравнимо с родами.

Почему? Сначала надо все продумать, выносить идею в голове, а уже потом наступают очень тяжелые роды. Причем так происходит вне зависимости от имеющегося практического опыта. Непредвиденных обстоятельств всегда множество.

— *Какие моменты вы считаете важными, если мы говорим о работе с персоналом?*

» Их несколько: подбор сотрудников, их адаптация и дальнейшее развитие, контроль работы. Если халатно относиться к любому из перечисленных вопросов, возникают проблемы. У нас есть своя внутрикорпоративная культура, не только в компании в целом, но и в каждом ее ресторане. Мы очень много внимания уделяем личностному развитию сотрудников. Вероятно, это так потому, что как руководитель вспоминаю себя и понимаю: сам немало тратил сил именно на личностное развитие, что помогало мне добиваться результатов в жизни. И если хочешь изменить ситуацию или иначе к ней относиться, в конце концов, просто иметь возможность критически мыслить и оценивать свои слова и действия, нужно развиваться как личность, что, в частности, является хорошим подспорьем в разрешении различных конфликтных ситуаций и в поиске компромисса, дает возможность договориться.

— *Кого вы могли бы назвать человеком своей команды, а кто и почему в нее не попадет?*

» При формировании команды для нас исключительно принципиальными качествами являются открытость и честность. Не секрет, что все рестораны, инвесторы, учредители любят обсуждать тему воровства. Причем рассказывают такие истории наперебой, стремясь удивить друг друга. Но сегодня сотрудники хотят получать адекватную зарплату, и времена, когда им платили мизерные деньги, а потом удивлялись, почему процветает воровство, слава Богу, прошли. И произошло это во многом благодаря усилиям крупных ресторанных компаний. Ведь за работу, которая хорошо оплачивается, люди стали держаться.

Кроме того, для меня важен позитивный настрой и проактивность



**Хинкали** — основа меню — сделаны по старинному рецепту. Кроме того, придумана оригинальная подача блюда.

сотрудников в решении вопросов. Чтобы не возникало ситуаций, когда в случае сложностей все останавливается. Есть, конечно, те, кто вместо поиска выхода тратит энергию на объяснение, почему это нереально. Однако с точки зрения командного духа и структуры бизнеса важно выработать в людях стремление принимать решения. Создавать проблемы в состоянии каждый, а тех, кто способен искать и находить решения, гораздо меньше. Как раз такие люди и могут быть менеджерами.

## Тренды ресторанного бизнеса

— *Максим, если говорить не только о кадровой ситуации, а в целом о положении дел в ресторанном бизнесе, как бы вы его охарактеризовали?*

» На мой взгляд, вся индустрия гостеприимства за последнее десятилетие серьезно перестроилась.

— *Каким образом?*

» Культура потребителя стала на голову выше. Сейчас каждый знает, что такое соотношение цены и качества, и его анализирует.

Еще один тренд, о котором стоит упомянуть, — это приход направления стрит-фуд в рестораны. Путь был долгим. Все начиналось с бургеров, и вот теперь происходит какая-то дьявольская трансформация: качественный стрит-фуд, а сам по себе он может быть и полезным, и вкусным, стал полноценным

участником бизнеса. Приведу пример: мой друг открыл ресторан, сделав ставку на качественный стрит-фуд. Туда приезжают люди со всего города, в том числе и на дорогих автомобилях. Почему? Потому что там вкусно, комфортно и при этом гости готовы пожертвовать элементами традиционного сервиса, понимая, что цена соответствует качеству.

Сейчас открывается огромное количество заведений в формате стрит-фуд, причем на качественно новом уровне. И у рынка сейчас есть потребность в таких проектах. При том что у тех, кто выбирает подобный бизнес, нелегкая задача: нужно предложить гостям продукт высокого качества, сохранив при этом доступные цены, что возможно только при условии огромной проходимости.

— *Поменялась ли при этом психология гостя?*

» Думаю, нет. Наверное, здесь нужно вспомнить роман «Мастер и Маргарита». По-моему, все осталось, как было в прежние времена.

— *Что сейчас не только в моде, но и может «выстрелить»?*

» Я, например, стараюсь вообще не открывать модные проекты. Почему? Потому что когда это слово заложено в концепцию, она автоматически через короткий промежуток времени станет немодной, поскольку ей на смену придет что-то еще. Это очень

” *Стараюсь вообще не открывать модные проекты.*

*Почему? Потому что когда это слово заложено в концепцию, она автоматически через короткий промежуток времени станет немодной, поскольку ей на смену придет что-то еще.*

“

важно понимать. Иначе ждут разочарования. Учредители подобных проектов начинают расстраиваться, когда жизнь их детища заканчивается через два-три года.

Заведение, прежде всего, должно быть уютным, с домашней атмосферой. И это то, что останется актуальным всегда. И именно на таких вещах важно фокусироваться. Тогда отпадет необходимость проводить ребрендинг, перестраивать, а то и вовсе закрывать ресторан. Да, у любого проекта есть срок окупаемости. Но понятно, что супердорогой ребрендинг не сделать, по крайней мере, сегодня. В лучшем случае после внешнего обновления люди один раз придут, но все равно не вернуться. А сейчас важно сделать так, чтобы они возвращались. Именно те, кто возвращается, потом и сформируют ядро постоянной аудитории заведения и сделают его успешным.

И еще важно ощущение актуальной ниши. Это то, что нужно ловить, а поймав, стоит продумывать, что реально только когда четко представляешь свою целевую аудиторию. Если ее не знаешь — надо с ней знакомиться, чтобы в итоге получить детальный анализ концепции.

## Главные уроки индустрии гостеприимства

— *Максим, что вам за эти годы дал ресторанный бизнес?*

» Я бы сказал, это школа, где учишься постоянно. В частности, в последнее время стал осознавать, что иначе, глубже начинаю понимать какие-то вещи. То, что раньше не замечал, не чувствовал в людях, теперь очевидно. С другой стороны, как руководитель проекта на всех его этапах могу сказать: главный урок — весь мой путь от помощника бармена до топ-менеджера, от основания айсберга к его вершине. Иногда казалось: полученное высшее образование мне не помогает. Но выяснилось, что то, чем занимался, готовясь к защите диссертации, полезно и сегодня, уже в ресторанном бизнесе. Однако я до сих пор продолжаю решать задачу по построению оптимальных проектов. Мне это интересно. В технике, как и в ресторанном бизнесе, существует

## О компании

**Ресторанная группа PARUSA RMC**

Год образования: 2009

Число сотрудников в штате: 234

Число сотрудников вне штата: 57

**Проекты:**

ресторан в яхт-клубе «Паруса»;

ресторан на высоте «Паруса на крыше»;

грузинские рестораны «Пхали-хинкали» — 4;

концертный зал More;

«Шатер у more»;

свадебный ресторан «Лазурный»

понятие эластичности. Допустим, качеством столешницы пожертвовать можно, а качеством продуктов — нет, просто потому что будет невкусно. Из-за этого нам пришлось организовать свою службу доставки. И теперь закупки мы осуществляем сами, приобретая те же овощи самостоятельно, на овощебазе. Причем постоянно оптимизируем бизнес-процессы, исходя из текущей ситуации. Как только количество ресторанов стало увеличиваться, создали управляющую компанию, централизовали все процессы управления. Правда, в результате пришли к пониманию, что делать этого не нужно. Наоборот, стоит выстраивать систему автономных ресторанов. И единственной функцией управляющей компании в таком случае остается аудит деятельности. Иначе как только у ресторана забирается самостоятельность, он теряет гибкость в решении ключевых вопросов, что приводит к возникновению проблем. Так что теперь занимаемся децентрализацией (*улыбается*). Пока не можем сделать это на 100%, потому как ресторанов теперь у нас много. Да и в ресторанном бизнесе происходят постоянные изменения. Казалось, еще совсем недавно sms-рассылки были эффективным каналом рекламы, а сейчас им практически никто не пользуется, потому что цена не соответствует качеству. Появился Instagram. Что будет завтра? Трудно сказать.

— *Для вас ресторанный бизнес тоже круглосуточный?*

» Да. Но учусь отключаться от решения каких-то задач. Ведь есть вопросы, с которыми необходимо разбираться здесь и сейчас, в любое время дня и ночи, а существуют те, что можно решать в плановом порядке. Да, мне ресторанный бизнес очень нравится. Но со временем неизбежно приходишь к тому, что выгораешь физически и психологически. А потому нужно себе давать возможность перезагружаться. Обязательно. Это определяет, будет ли у тебя возможность для роста. Ее нужно себе создавать, для чего стоит освобождать время, ресурсы. Я это осознал в последние годы. Работы реально больше, чем могу сделать. Но есть полное понимание того, что в нашей компании никто никого не ограничивает. Кроме



**Максим Кораблев-Дайсон** как топ-менеджер управляющей компании регулярно участвует в различных городских мероприятиях и социальных проектах

нас самих. А все рассуждения на тему кризиса — лишь отговорки. Вообще считаю, что кризис — это суд над неэффективным бизнесом. Конечно, можно себя убеждать, что во всех бедах виноват кто-то другой, но по большому счету каждый выбирает ту позицию, которую считает правильной.

— *Есть предел в количестве проектов?*

» Да, он в людях. В возможностях команды. Причем как руководитель знаю: этот предел гибкий, его можно менять, в частности, разделяя функционал, набирая сотрудников. Надо только чувствовать грань, тонкую, а порой и незаметную. Важно понимать, когда можно нагрузить на человека 200 кг, а когда нужно сказать себе: он в состоянии взять только 100 кг, и, возложив на него вдвое больше, я его сломаю. Это реально происходит в бизнесе. Особенно когда у сотрудников очень высокая лояльность. Люди всегда соглашались выполнить ту или иную задачу. Однако руководитель должен понимать, что сотрудник этого не сделает, потому как у него просто нет времени.

— *Что в планах компании PARUSA RMC на ближайшее будущее?*

» Можно сказать, что мы выбрали для себя имперский путь: как настоящая империя, сначала активно захватываем территории, а потом будем строить дороги, чтобы все работало максимально эффективно.

*Беседовал Алексей Журавлев*

# PR ресторана: какие траты бесполезны

В прошлом номере мы начали разговор на тему PR в ресторане («PR ресторана: работа на результат vs деньги на ветер», №10 (73)). Приглашенные нами специалисты рассказали о том, какие инструменты и почему, по их мнению, можно считать эффективными. Сегодня мы тщательно рассмотрим обратную сторону медали и обсудим методы пиара, которые по разным причинам не работают в современных условиях. Пул экспертов остается прежний: Мария Акиншина, генеральный директор Ассоциации сарафанного маркетинга Molva, Влада Стрелец, PR-директор петербургских ресторанов «Карл и Фридрих» и «Русская рыбалка», Елена Богдан, PR-директор московских ресторанов Gayane's и «Панаехали», независимый специалист Татьяна Алаторцева и Екатерина Толстая, выпускающий редактор интернет-портала Restoclub и руководитель PR-службы LaCelletta Caffè. Итак, вопрос первый – очевидный...



**Мария Акиншина,**  
генеральный директор  
Ассоциации сарафанного  
маркетинга Molva



**Влада Стрелец,**  
PR-директор петербургских  
ресторанов «Карл и Фридрих»  
и «Русская рыбалка»



**Татьяна Алаторцева,**  
независимый специалист



**Елена Богдан,**  
PR-директор московских  
ресторанов Gayane's и  
«Панаехали»



**Екатерина Толстая,**  
выпускающий редактор интернет-портала  
Restoclub и руководитель PR-службы  
LaCelletta Caffè (Санкт-Петербург)

## Что не работает и почему?

**Влада Стрелец:** Не работает размещение во всех «модных» журналах. Надо выбирать лидера в своем сегменте и дружить с ним. Мы не торгуем дешевыми утюгами, поэтому не вижу смысла публиковаться в печатных СМИ, за некоторым исключением, конечно. Также не работает раздача флаеров, наружная реклама (поскольку автомобилисты уже оскомину набили

и научились добавлять щиты в ряд слепого пятна), баннерная реклама — вообще прошлый век. Мы используем ее, только если это 100% бартер на популярном и релевантном портале.

**Екатерина Толстая:** Полностью соглашусь про печатные СМИ. Плюс рекламные площадки, не соответствующие статусу целевой аудитории: понятно, что если у тебя сегмент fine dining, то не надо раздавать листовки у метро и обклеивать наружкой автобус. А реклама демократичного кафе в luxury-салонах привлечет только неверную аудиторию, которой у вас все будет не нравиться. Ну и, конечно, заказные отзывы — не дело.

**Мария Акиншина:** Не работают: макеты в журналах и баннеры на сайтах. Самое злое зло — дисконтные карты, скидочные сайты, все виды скидок. Они тянут бизнес в пропасть. Повышайте ценность, а не понижайте цену. Изучайте нематериальные системы мотивации гостей.

**Татьяна Алаторцева:** Первое, что приходит на ум, — неудачная интеграция в какое-либо мероприятие, не подходящее заведению по стилистике и формату. В итоге потрачены силы, время, средства, а ожидаемого результата нет. Листовки — это тоже иногда деньги на ветер. Человек их берет в руку и, даже не всматриваясь, несет в ближайшую урну. Так что если листовка не несет информации об очень интересном предложении, воспользоваться которым можно только при ее предъявлении, она неэффективна. Реклама ресторанов в печатных изданиях уходит в прошлое.

**Елена Богдан:** Флаеры, листовки работают все меньше. Просто так стоять и раздавать полиграфию более или менее эффективно, если тот, кто это делает, стоит рядом с новым заведением и обращает тем самым внимание на интересное меню, а флаер можно поменять на блюдо. В наших ресторанах мы так и делаем: у нас есть красивые открытки с выдержками из меню и угощением владельцу флаера при



Мария Акиншина

” Самое злое зло — дисконтные карты, скидочные сайты, все виды скидок. Они тянут бизнес в пропасть. “

его предъявлении. В итоге люди приходят. А раздаем мы флаеры на различных мероприятиях, где есть наша целевая аудитория. Просто так раздавать листовки всем подряд не имеет смысла. Все меньше работают рекламные модули в газетах и журналах (редакционная часть в этом смысле интереснее). О прямой рекламе можно говорить, если вы обсудили какие-то взаимовыгодные бартерные условия. Вообще газеты и журналы читают все реже. Печатные издания закрываются, уступая место интернет-ресурсам.

### Какие ошибки в плане PR совершают рестораторы?

**Екатерина Толстая:** Очень важно, чтобы владелец заведения понимал: пиар — это не прямой привод гостя в ресторан. Многие до сих пор считают: я нанял пиарщика, и значит, через месяц ко мне должен повалить народ. Это самая распространенная ошибка. Потому что первостепенная задача пиарщика небольшого ресторана — это создание правильного имиджа заведения и работа по адаптации проекта для своей аудитории, что совершенно невозможно без общих командных усилий, а эффект может проявиться не сразу.

Что касается отзывов, очень распространенная ошибка со стороны ресторана — желание удалить негативный отзыв, появившийся на интернет-ресурсе, или попытка

### PR-инструменты, которые не работают:

- размещение в «модных» журналах;
- флаеры и наружная реклама;
- дисконтные карты;
- участие в мероприятиях с нецелевой аудиторией.

## Основные ошибки в PR-деятельности:

- желание удалить негативный отзыв;
- отсутствие стратегии, системного подхода;
- непонимание своего гостя;
- незнание аудитории заведения;
- желание понравиться всем;
- отсутствие креатива.

вступить в спор с недовольным гостем. Важно понимать, что в таких случаях, напротив, нельзя вступать в конфликт. Надо поблагодарить за негативный отзыв и пообещать исправить недочеты — это увидят другие люди и оценят. Можно, в конце концов, предложить комплимент за следующее посещение. Если человеку что-то реально не понравилось, он просто не придет. А слишком переживать из-за плохих отзывов не стоит. Поверьте, их пишут обо всех заведениях.

**Мария Акиншина:** Наиболее распространенная ошибка — отсутствие самой стратегии, системного подхода. Работы по продвижению часто носят хаотичный характер. Но эффективное продвижение — продуманное продвижение. В этом смысле удобна концепция планирования Игоря Манна — «Топ-5»: обозначьте пять главных PR-задач на день, на неделю, на месяц, на год. Вешайте на стену распечатку, вычеркивайте выполненные пункты. Это стимулирует.

Еще одна серьезная ошибка — отсутствие креатива: контекст, стандартная группа «ВКонтакте», флайеры, скидка 10% постоянным клиентам. Скучно! Кого это может эмоционально зацепить? Хороший маркетолог знает более двухсот малобюджетных «фишек» и постоянно экспериментирует и открывает для себя что-то новое. Читайте бизнес-литературу: в книгах вы найдете множество интересных идей, а кроме того, они станут

источником вдохновения, необходимого для создания собственного креатива.

Кроме того, рестораторы забывают, что существует несколько показателей увеличения объема продаж: увеличение числа клиентов, увеличение среднего чека, увеличение количества посещений ресторана постоянными клиентами. В России до сих пор принято вкладывать огромные средства, чтобы привлечь нового гостя, вместо того, чтобы проводить тренинги продаж с персоналом и работать на повышение лояльности. Уже давно доказано, что привлечение нового клиента обойдется в пять-десять раз дороже, чем удержание существующего.

Зачастую отсутствует и система сбора отзывов клиентов. Об отзывах не просят, отзывы не отслеживают. Между тем, если о вас не пишут в Интернете и не рассказывают друзьям, вы не существуете. Элементарная просьба официанта, обращенная к сытому и довольному гостю: «Расскажите, пожалуйста, о нас друзьям», — может отработать на 100%. Или, как минимум, на 60%. Согласно правилу Кейтса, 20% довольных клиентов всегда порекомендуют понравившуюся компанию, 20% — никогда не порекомендуют, 60% — порекомендуют, если их попросят. Следует указывать гостям сайты, на которых вы просите оставить отзыв (блог ресторана, страница в соцсети, визитки, промо-открытки, корпоративное издание, чек и т.д.). Но! Никогда не предлагайте вознаграждение за отзыв: гостей это скорее отталкивает, чем привлекает. Наконец, не ведется базы постоянных гостей, а почтовые и sms-рассылки проводятся бессистемно или отсутствуют вовсе.

**Елена Богдан:** Основная ошибка, на мой взгляд, — непонимание своего гостя и желание понравиться всем. Нужно выделить «своих» гостей и строить все PR-кампании под них — тогда будет выхлоп.

**Татьяна Алаторцева:** Самая серьезная ошибка — незнание аудитории заведения. Если задуман



Елена Богдан

” Основная ошибка, на мой взгляд, — непонимание своего гостя и желание понравиться всем. “

проект fine dining, а при этом ни кухня, ни интерьер, ни локация, ни обслуживание не дотягивают до желаемого уровня, глупо себя так позиционировать и применять те PR-инструменты, которые могут стать выигрышными именно для данного сегмента. Важно знать ядро целевой аудитории и применять именно те инструменты, которые оптимально подходят. Те же скидочные карты, на мой взгляд, работают, поскольку формируют программу лояльности. Кстати, в случае сотрудничества с каким-то брендом и если в подарок гость получает дисконтную карту, можно отслеживать конверсию посетителей, пришедших с ней. Это очень эффективный инструмент, позволяющий оценить результаты программы и понять, насколько она проходит удачно, цепляет ли гостя или нет. Скидочные карты интересны еще и тем, что позволяют формировать партнерские группы.



Мария Акиншина

” Хороший маркетолог знает более двухсот малобюджетных «фишек» и постоянно экспериментирует и открывает для себя что-то новое.

“

Можно вместе с рестораном включать в них, например, салон красоты, похожий по целевой аудитории, или монобрендовый бутик. Получается cross marketing, который работает. Согласитесь, гостю удобно, когда он по одной карте получает скидки сразу в нескольких местах.

**Влада Стрелец:** К сожалению или к счастью, на работе нет времени следить за ошибками других. У каждого свои промахи и свои победы. Но если рассматривать гипотетический ресторан и вымышленного ресторатора, то худшее, что может быть, — построить красивый ресторан, пригласить отличного шефа и... ждать, когда появятся гости. То есть не вкладываться в продвижение вообще. Необязательно нанимать пиарщика, но тогда кто-то все-таки должен делать эту парадоксальную работу — и творческую, и кропотливую одновременно.

Записал Алексей Журавлев



МЕЖДУНАРОДНЫЙ КУБОК БАРИСТА

# СЕВЕРНАЯ ЗВЕЗДА - 2016

3 - 4 ДЕКАБРЯ





реклама

**ПОЕДИНКИ СИЛЬНЕЙШИХ БАРИСТА РОССИИ**  
**ЛЕКЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ КОФЕЙНОГО МИРА**  
**ШОУ РИСУНКОВ НА КОФЕ**  
**ТУРКА, КЕМЕКС, АЭРОПРЕСС, ХАРИО, ЭСПРЕССО**  
**ДЕГУСТАЦИИ КОФЕ КЛАССА SPECIALTY**
















Рестораны



ОТКАЗ

*Doughy*



*Копировать*

**ВСЕ ВЫХОДНЫЕ**  
**ВХОД СВОБОДНЫЙ**  
**10:00-20:00**

Санкт-Петербург,  
 Свечной переулок, д. 13  
**Пространство Гипер Тим**

(812) 314-5567

(904) 616-1046

[www.baristacup.kofe.info](http://www.baristacup.kofe.info)

[www.kofe.info](http://www.kofe.info)

[vk.com/baristacup](http://vk.com/baristacup)

[vk.com/baristacup2016](http://vk.com/baristacup2016)

# Евгений Литвяк: «Будучи наемным работником, я не всегда до конца понимал, что говорит собственник»



Бар «Винный шкаф» и ресторан «Гамлет & Jacks» известны далеко за пределами Северной столицы. Более того, они уже успели стать ориентиром для коллег по ресторанному бизнесу и уже имеют репутацию прогрессивных, успешных заведений. С вопроса о том, за счет чего удалось достичь подобных результатов, и начался наш разговор с совладельцем этих проектов, а также магазина-бара «На вина» Евгением Литвяком.

## Концепция с акцентом на вино

» Думаю, у нашего успеха пять составляющих. Во-первых, на мой взгляд, удачная локация. Во-вторых, мой партнер по бизнесу Евгений Хитьков, который занимался строительством бара и создавал его дизайн, угадал с форматом: заведение в итоге получилось по дизайну очень европейским и одновременно петербургским. Практически каждый, кто к нам приходит впервые, замечает: как будто приходишь в винный бар где-нибудь в Испании. И это нас очень сильно отличало и отличает от всех заведений, которые есть в Питере. В-третьих, в качестве шеф-повара мы пригласили Женю Викентьева, хорошо известного в профессиональных кругах человека. Он экспериментатор и вложил свою лепту в создание кухни, которая стала очень интересной. Плюс он медийный, узнаваемый человек, часто выступающий на разных семинарах, что тоже способствует продвижению нашего проекта. И четвертый фактор — профессиональный подход к вину. Он также сыграл свою роль. Здесь нам, кстати, очень помогла Юлия Хайбулина. На момент открытия у нас была, да и сейчас есть, достаточно современная винная карта, отличающаяся от тех, что предлагают другие бары. Придерживались и придерживаемся современного тренда, представляя натуральные органические, биодинамические вина из Германии и Австрии. У нас не классический подход к их выбору. Это и гаражные производители, и маленькие винодельни. Плюс мы работаем с компаниями, которые поставляют свою продукцию на рынок в небольших объемах. То, что можно попробовать либо исключительно у нас, либо лишь в некоторых заведениях города. Мы стараемся выкупать ограниченные партии вина, редкие интересные позиции, таким образом, делая свою винную карту эксклюзивной. Ну, и пятая наша команда — наша синергия: Женя Хитьков, Женя Тонков, Женя Викентьев, Саша Решетина, Женя Усачев, Илькин Бакшиев, Ваня Борисов. Такой командой мы стартовали. Сейчас к нам присоединилось еще много хороших ребят, и все они — основа нашего успеха!

— Не пугало то, что открывается в месте с такой жесткой конкуренцией?

» Мы придерживались и придерживаемся современного тренда, представляя органические, биодинамические вина из Германии и Австрии. У нас не классический подход к их выбору. «

» Страх не было. Да, с одной стороны конкуренция высока, но с другой, она помогает привлекать гостей. Если люди хотят хорошо отдохнуть, провести вечер в ресторане, они идут на улицу Рубинштейна, где уже каждый выбирает то заведение, которое ему по душе. А что касается формата винных баров, то на момент нашего открытия на этой улице работал только один винный бар — VINOSTUDIA. Он открылся раньше нас и стал одним из родоначальников данной концепции именно в Петербурге. Там во главу угла ставят доступность вина по цене, а мы делаем акцент на качество, стараясь при этом цену тоже сделать комфортной.

## Роль владельца в жизни ресторана

— То, что вы в итоге стали совладельцем ресторана, — внутренняя потребность в самореализации или желание воплотить свое представление о том, каким должен быть правильный ресторан, бар?

» Наверное, и то, и другое. Правда, второй фактор гораздо важнее. Ведь именно опыт дает ощущение идеального заведения. И я думаю, что это тоже часть успеха. А без опыта сегодня никуда. По-моему, сейчас, по статистике, в Петербурге больше заведений на душу населения, чем в той же Москве. Правда, в Питере открывается много заведений, но не так часто это делают те, кто раньше работал в индустрии гостеприимства. Чаще это делают люди, считающие ресторанный бизнес легким. Те, у кого есть деньги и кто не хочет работать на дядю, стремясь открыть свое дело, полагая, что оно дает свободу и определенный статус.

## — А разве не так?

» У меня несколько другой подход. Я никогда не спешил, осознавая, что сначала нужно всему научиться и разобраться, как работает ресторанный проект, увидеть все его маленькие детали, понять, что именно сейчас нужно людям.

— Когда стали собственником бизнеса, представление о нем изменилось?

» Конечно. Будучи наемным работником, я не всегда до конца понимал, что говорит собственник, почему он так строг и чего вообще от меня хочет. Всегда казалось: можно работать проще. А сейчас многое стало ясно, чувствую, что к чему. В то же время я понимаю своих сотрудников, поскольку сам когда-то был на их месте. И могу смотреть на ситуацию как со стороны владельца бизнеса, так и со стороны работника.

— *Что было для вас сложнее всего, когда пришли в проект в качестве владельца?*

» Самой большой трудностью, с которой мы столкнулись в проекте «Винный шкаф», были соседи, жильцы дома. Это то, с чем столкнулся впервые, и то, что реально мешало работать. И до сих пор так.

Да, если брать улицу Рубинштейна, понимаю: она стала шумной. Ведь жизнь там бурлит. И люди устают и пытаются этому всячески сопротивляться. Но, во-первых, такое поведение уже ничего не изменит, потому что если уйдет один арендатор, на его месте появится другой. И вряд ли это будет

не ресторатор. Во-вторых, мы всегда стремились к диалогу. Но, к сожалению, его не хотели наши соседи, а потому пошла череда проверок, несмотря на то, что мы делаем все, что нам говорят представители официальных структур. Не секрет: когда постоянно поступают письма с жалобами, контролирующие органы обязаны на них реагировать, даже если есть понимание, что жалобщик неадекватен.

Все остальное, благодаря многолетнему опыту, оказалось гораздо проще.

### Открытие второго проекта как необходимость

— *Итак, «Винный шкаф» снискал популярность. Спустя какое время вы с партнерами решили открыть свой второй ресторан — «Гамлет & Jacks»?*

» Наверное, прошло месяцев семь-восемь. «Винный шкаф» действительно стал успешным, а главное, нравился людям, которые честно об этом говорили, намекая на то, что неплохо было бы нам после винного бара, где с кухней все в порядке, еще открыть проект с акцентом на еду.



### Дорога в бизнес

В ресторанный сферу каждый приходит своим путем. Кто-то ненадолго, обжегшись уже на первом проекте, а кто-то, как Евгений Литвяк, на годы и даже десятилетия...

### Штурман-бармен-ресторатор

— *Евгений, как стать ресторатором и почему можно им стать?*

» Я учился в университете водных коммуникаций, должен был стать судоводителем, штурманом судов река-море и впоследствии капитаном. Отчасти, это тоже

работа, связанная с управлением людьми, но живого общения все-таки не хватало.

На теплоходе, где я работал после окончания вуза, часто проходили ресторанные выездные мероприятия, что мне всегда нравилось. Как принято говорить, почувствовал зов сердца, и дальше, как обычно бывает в таких ситуациях, звезды сошлись: в 2000 году товарищ предложил мне поработать барменом на тот момент в самом известном клубе Петербурга «Декаданс». Так я впервые попал в ресторанный бизнес и остался в нем. Дальше все было абсолютно логично: двигался по карьерной лестнице: бармен — бар-менеджер. Потом закончил

В итоге, поразмыслив, мы решили двигаться дальше. В бизнесе так: либо ты развиваешься, либо деградируешь. В результате получились заведения разных форматов.

— **А как появилось название «Гамлет & Jacks»?**

» Само собой. Дело в том, что нас четверо — Гамлет и четыре Евгения. Так что оно не случайно, а отражает суть концепции. Ведь все мы работаем в этом ресторане. Я — управляющий, Евгений Хитьков его строил, Евгений Викентьев творит на кухне, Евгений Тонков — наша опора в юриспруденции, а Гамлет является директором. Пошли по пути Европы, где часто заведения называют именами владельцев.

— **Скажите, трудно управлять двумя разноплановыми заведениями и контролировать их?**

» Несложно, потому что они не настолько разные, как может показаться. В «Гамлет & Jacks» серьезно представлено винное направление. Сомелье и шеф-повар работают на оба проекта. Получается своеобразная

кадровая логистика, которая и позволяет нам успешно существовать. Более того, в баре «Винный шкаф» подобралась отличная команда, с хорошим управляющим. Мы в основном проводим мозговые штурмы, чтобы найти пути дальнейшего развития проекта, и корректируем его работу по мере необходимости.

— **Расскажите о концепции «Гамлет & Jacks».**

» Это актуальный городской ресторан, с современной авторской кухней, основанной на творчестве шеф-повара. Все рецепты, представленные в меню, придумал и разработал Евгений Викентьев. У нас здесь нет знакомых, популярных блюд.

— **А как же цезарь?**

» Это название уже стало ругательством (*улыбается*). Хотя я в этом салате ничего криминального не вижу. Наоборот, считаю, что абсолютно любое блюдо может быть вкусным. Реально сделать фантастический цезарь или бургер. Знаете, по-моему, в подобных рассуждениях по поводу цезаря есть доля



две школы сомелье в Санкт-Петербурге — «Сомелье» и «PRO Сомелье». Работал сомелье под началом известного эксперта и очень уважаемого мною человека, Леонида Стерника. Стал интересоваться управлением ресторана, со временем занял должность управляющего и в результате создал свой бизнес.

— **Опять счастливая случайность?**

» У меня есть хороший друг — Евгений Хитьков, который, к слову, тоже разбирается в вине. Мы с ним занимались отельным бизнесом. Однажды вместе со своим другом Евгением Тонковым он

решил построить бар «Винный шкаф» и попросил меня помочь. Но на тот момент я был занят, работал управляющим ресторана, а потому отказался, сказав, что не могу присоединиться.

И тут мне опять повезло: я освободился, а у ребят до открытия оставался месяц. Пришел, посмотрел, пообщались и решили открывать бар вместе. На тот момент он был уже не просто задуман, а фактически построен. Да и место нашли очень удачное — на улице Рубинштейна. Сделали ремонт, дизайн. А я подключился — и получилась очень хорошая синергия.



снобизма, который порой проявляют те, кто идет в авангарде кулинарной моды, находится в тренде. Они всегда впереди и несколько свысока смотрят на устоявшиеся концепции. Думаю, это не совсем правильно. Потому что сделать вкусный цезарь не так просто, как кажется.

### Выход в зал как эффективный метод работы

— Евгений, то, что вы и ваши партнеры сами работаете в ресторане, — вынужденная мера?

» Это абсолютно осознанное решение. И более того, основа концепции бара «Винный шкаф». Я уже довольно давно думал сделать ресторан с европейским подходом, когда владельцы заведения непосредственно управляют проектом. В России существует иная система: у проекта есть инвестор и управляющий. У каждого своя сфера ответственности. Один вкладывает средства, другой осуществляет операционную деятельность за зарплату. И такой подход сказывается на продукте, который в конечном итоге получает гость. Будь то еда, вино, сервис

Открытая кухня – часть концепции ресторана «Гамлет & Jacks»

и т.д. Первые полгода в «Винном шкафу» я сам в фартуке и со штопором в руке работал официантом и сомелье. Считаю это абсолютно нормальным и, более того, правильным. Данная концепция позволяет нам делать успешные проекты. Ведь гости чувствуют и понимают: вот в зале владелец заведения, он встретил тебя, обслужил. Так мы добавляем души в ресторанный бизнес.

— Кто гости ваших ресторанов?

» В основном это люди от 23 до 40 лет, современные, с активной жизненной позицией, те, кто много путешествует, интересуется едой, вином, современный человек, житель мегаполиса. Кроме того, приходит немало иностранных гостей.

— С чем это связано?

» Им у нас действительно нравится. Возможно, они видят здесь то, что им привычно, европейский подход к ресторанному бизнесу.

— Раскроете кадровые секреты?

» Персонал мы подбираем, ориентируясь на рекомендации

друзей и знакомых, используем соцсети. В остальных ресурсах пока нет необходимости. К тому же концепция нашего сервиса определяет подход к подбору сотрудников. Для того чтобы человек у нас начал работать, мы должны его знать, причем еще до того, как он к нам попал. С друзьями тоже работаем, но сразу договариваемся: дружба — дружбой, а служба — службой. И пока это действует.

— *Полномочия делегируете?*

» Конечно. Это важно. Во-первых, чтобы разгрузиться самим. Иначе не хватит времени на новые идеи и собственное развитие. Кроме того, человек, работающий с тобой, тоже должен развиваться. Нужно чтобы персонал развивался, что у нас как раз и происходит через делегирование полномочий и обучение.

## Правда о ресторанном бизнесе

— *Ресторан в России — это вообще бизнес в традиционном понимании слова?*

» Как сказал один известный предприниматель, бывают рестораны, которые делают деньги и, наоборот, деньги, делающие рестораны. Бывает, что у успешного бизнесмена, не связанного с индустрией гостеприимства, появляется крупная сумма, которую он вливает в открытие ресторана. В итоге получается самодостаточный проект, сразу же хорошо открытый и оснащенный, в нем все правильно сделано. Именно так деньги делают рестораны. Только вот судьба подобных заведений

» *Необходимо не только создать атмосферу, но и ежедневно ее контролировать.* «

складывается по-разному. Она может быть счастливой или нет. Это бизнес. Другая история — когда люди открывают ресторан без помощи серьезного инвестора, как сделали в свое время мы. Когда такой проект начинает приносить деньги — это приятнее и становится стилем жизни, который может перерасти в бизнес.

Но в любом случае ресторан — сложное дело. У него не такая высокая рентабельность, как может показаться.

— *Почему же многие стремятся в ресторанный бизнес?*

» Люди думают, что он легкий. У них создается ощущение непроходящего праздника. Ведь человек, как правило, приходит в ресторан по праздникам, всегда в хорошем настроении. Убегает от повседневной суеты. А на самом деле бизнес действительно сложный. В нем масса тонкостей и факторов, оказывающих серьезное влияние. Это и качество сервиса, и необходимость создать благоприятную атмосферу в коллективе, которая будет передаваться гостю. В сетевом проекте, где прописаны стандарты, работать проще и понятнее. Другое дело — независимый, авторский ресторан, такой, как наш. Важно чувствовать настроение гостей, принимать во внимание свое состояние, ко всему подходить с душой. А для этого нужно тщательно подбирать персонал. Необходимо не только создать атмосферу, но и ежедневно ее контролировать. А это сложно. То же с едой: вкус — понятие субъективное. Кому-то блюдо нравится, а кому-то нет. К тому же блюдо всегда должно быть стабильно высокого качества, оставаясь одинаковым вчера, сегодня и завтра. Плюс гости приходят

## Блиц о личном

— *Что для вас ресторанный бизнес?*

» Это основная часть моей жизни.

— *Как отдыхаете?*

» Занимаюсь спортом, тайчи, хожу в бассейн, делаю утреннюю гимнастику.

— *Что читаете?*

» Раньше предпочитал деловую литературу, а сейчас выбираю книги, в которых рассказывается о том, как совмещать бизнес и остальную жизнь. Ведь сейчас я настолько увлечен ресторанами, что на что-то другое времени нет, а чувствую, что необходимо уделять внимание и чему-то помимо работы.



в ресторан с определенными ожиданиями, которые нужно оправдать.

— *Что, на ваш взгляд, самое сложное в современном ресторанном бизнесе?*

» Одну проблему выделить тяжело. Да, есть соседи, которые в принципе против бизнеса. Они возмущаются совсем не потому, что испытывают неудобство, например, от шума или им мешает неприятный запах. Можно заниматься чем угодно и не обязательно открывать ресторан. Если соседи поставили себе цель — выжить предпринимателя, они планомерно будут это делать. Не менее серьезная трудность — высокие арендные ставки, которые изначально ставят ресторан в положение, когда он вынужденно работает на грани рентабельности. И третья проблема — рост цен на продукты. Но я не могу так же быстро поднимать стоимость блюд в меню, если хочу удержать, сохранить гостей. Ведь понимаю, что зарплаты у нас не увеличиваются. И мне нужно оставаться для посетителей доступным. А что в итоге? Сокращается маржа и, как следствие, доходность ресторана. Уверен, нередко рестораны закрываются именно по этой причине. Плюс мало кто из арендодателей ценит постоянство арендаторов. Владельцы помещений нередко ориентируются на курс валют в стремлении заработать здесь

**Ресторан «Гамлет & Jacks» «выстроен» так, что одновременно возникает ощущение простора в зале и уютной обособленности столов**

и сейчас. Знаю случаи, когда арендная ставка вырастала с 80 до 160–180 тысяч рублей только потому, что арендодателю показалось: в ресторан ходит много народу, а значит, он в состоянии платить больше. В результате заведение вообще закрывается.

— *Что бы вы посоветовали начинающим рестораторам?*

» Нужно как минимум несколько лет поработать в ресторане наемным работником. Я бы рекомендовал просчитывать проект, прежде чем приступать к его реализации. Это важно, поскольку позволяет избежать ошибок и денежных потерь, не испытать разочарований. А еще очень важно найти хороших партнеров и команду.

— *Евгений, в чем слагаемые успеха любого ресторана?*

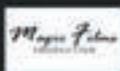
» Удачная локация, вменяемая арендная ставка, опыт ресторатора. Считаю, хорошо, если ресторанным бизнесом занимается человек, который в нем сам работал и прошел все ступени карьерной лестницы. И, конечно, надо любить гостей. Потому что только искренняя любовь к гостям может стать взаимной.

*Беседовал Алексей Журавлев*

# ПРЕМИЯ СРЕДИ БАНКЕТНЫХ ПЛОЩАДОК

Столичный  
4@nket  
2016

При поддержке Федерации  
рестораторов и отельеров



ГОПРОЕКТ

РЕСТОРАН 2016

26-28 СЕНТЯБРЬ 2016, МОСКВА  
РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ РЕСТОРАННОЙ СЛУЖБЫ

[www.4banket.ru](http://www.4banket.ru)

8-800-333-61-98

реклама

# Кофемашина: таблетка долголетия

Она железная, а потому будет работать всегда. Так или почти так считают некоторые рестораторы, приобретая или беря в аренду профессиональную кофемашину. А значит, следить за ней не надо, а эксплуатировать можно как Бог на душу положит. И это, по мнению тех, кто многие годы занимается ремонтом и обслуживанием данного оборудования, самое главное заблуждение.

— За семь лет работы я уже даже привык к тому, что кофе-машины в наших кафе, барах, ресторанах и кофейнях не моют, — говорит Максим Казак, руководитель сервисной службы «Северо-западной кофейной компании». — Или еще хуже того: моют, но средствами, совершенно для этого не предназначенными: лимонной кислотой, «Пемолуксом» или гелем для посуды, что категорически делать нельзя. Почему? Хотя бы потому, что та же лимонная кислота ничего не отмывает. Да, она может ненадолго восстановить внешний лоск, но абсолютно точно не справится ни с налетом, который со временем скапливается в самой кофемашине, ни с кофейными маслами в холдерах.

Другой вопрос, почему владельцы заведений или нерадивые сотрудники идут таким путем. Как считает Максим Казак, всему виной незнание или извечная попытка сэкономить.

— Случалось, я приезжал на точку и с удивлением обнаруживал, что холдер просто не встает в группу, потому что его ни разу не мыли и даже не знали, что это необходимо, — вспоминает наш собеседник. — Между тем, делать это надо ежедневно, даже если за смену сварили всего одну чашку кофе.

Более того, по его словам, персонал заведений, даже те, для кого это является должностной обязанностью, очень не любят мыть молочные системы. А ведь если этого не делать,



**Максим Казак,**  
руководитель  
сервисной  
службы «Северо-  
западной  
кофейной  
компании»



**Евгений  
Храменко,**  
инженер-механик  
компании  
«Смакаф-сервис»

то буквально через несколько часов молоко под воздействием температуры превращается в творог (!), которым, собственно, и забивается капучинатор. Естественно, после такого молоко просто не взбивается.

Аналогичного мнения придерживается и другой наш эксперт Евгений Храменко, инженер-механик компании «Смакаф-сервис».

— Регулярно мыть кофемашину и рожки необходимо, — уверен он. — Иногда слышу, как в попытке объяснить, почему кофемашина грязная, ссылаются на итальянский опыт, где якобы оборудование мыть не принято. Но ведь это полная ерунда!

В то же время, по его словам, при подключении кофемашины обязательно нужно поставить фильтр для воды, о чем многие, к сожалению, забывают.

— Если попытаться обойтись без него, то оборудование может пострадать, например, в случае отключения воды в доме, где находится ресторан, — предупреждает специалист. — Как это взаимосвязано? Все очень просто: в случае замены труб или даже в результате обычной подачи воды после ее отключения грязь вместе с ней неизбежно попадает в бойлер кофемашины, что, как минимум, влечет непредвиденные дополнительные расходы на промывку и чистку бойлера. Кроме того, из-за грязи могут забиться жиклеры, сита, установленные внутри кофемашины,

а в итоге она рано или поздно вообще перестанет работать.

Другая серьезная ошибка, по мнению Евгения Храменко, заключается в том, что на кофемашину, которая «берет» воду из бутылки, опять же из экономии или по незнанию, не ставят обратный клапан. А он нужен, особенно это важно на тех кофемашинах, где помпа установлена «вниз головой». Его наличие продлит жизнь оборудованию, поскольку вода не будет стекать по выводам обратно в бутылку.

Итак, кофемашину установили и подключили. Что дальше? А дальше самый сложный, несмотря на его кажущуюся легкость, процесс — эксплуатация. И здесь выясняется, например, что в процессе работы бариста или бармен не всегда следит за показаниями манометров. А это важно.

— Как известно, давление в системе, поднимаемое помпой в процессе приготовления кофе, должно быть 8,5–9 бар, — напоминает Евгений Храменко. — Кроме того, важно учитывать температуру бойлера и давление в нем. Если она максимум 70 градусов при норме 89–92 градуса (в зависимости от модели кофемашины), а еще и давление низкое, то на выходе получается не эспрессо, а не пойми что. Кроме того, я рекомендую слышать машину, и как только появляются любые посторонние звуки — это сигнал о сбоях в работе оборудования.

Ни для кого не секрет, что иногда вдруг выключают воду. В такой ситуации специалисты сначала советуют посмотреть на стрелку манометра. Если она упала на ноль и при этом

В Петербурге от природы мягкая вода, поэтому совсем не обязательно устанавливать так называемый умягчитель воды. К тому же его нужно чистить минимум один раз в месяц и периодически менять. Ведь на шариках смолы, установленных в нем, накапливается грязь, которая рано или поздно отваливается и начинает ползти в кофемашину. Об этом практически никто не задумывается. Иногда умягчители ставят после фильтра, что также является ошибкой.

Более того, для регенерации должен приезжать специалист и проводить все необходимые работы. Словом, вполне достаточно качественных грязевых фильтров. Можно, конечно, поставить профессиональный фильтр, чтобы вода была питьевая. А вот в Москве ситуация иная. Вода в столице жесткая, со всеми вытекающими отсюда последствиями. Накипь образуется очень быстро.

кофемашинка дребезжит, не переставая, нужно выключить оборудование, что называется, до выяснения причин. А уж если в бутылке закончилась вода, что происходит сплошь и рядом, не надо пытаться варить кофе! Помпа набирает воздух. Дальше, даже если поставлена полная бутылка, помпа некоторое время продолжит работать вхолостую, таким образом, изнашиваясь. Новая помпа — дорогостоящая деталь. А если еще учесть стоимость работы механика, то невнимательность влетит в копеечку. Поверьте, гораздо



Механик — не волшебник и не может появиться по мановению руки. У него, как правило, есть плановые работы. Он не сидит и не ждет звонка, а занимается делом. Кроме того, нужно помнить, что в больших городах интенсивное дорожное движение, пробки, а еще проблема с парковочными местами. Поэтому, вызывая специалиста по ремонту кофемашин, постарайтесь обеспечить его местом для парковки автомобиля. Это особенно важно, если проблемы с оборудованием не удастся решить на месте и его нужно будет вывозить.

дешевле и разумнее вовремя выключить машину.

— Почти на каждой машине есть лампочка набора воды, и если в режиме набора машина работает непривычно долго (больше двух-трех — максимум пяти минут), значит, вода не набирается, произошла поломка, которую необходимо устранить, — рекомендует Евгений Храменко. — Возможно, забились фильтры или не открылся клапан. Надо выключить кофемашину и спустя некоторое время включить ее снова. Цель — посмотреть, как она будет работать. Если давление около 9 бар,

Когда все ясно без слов: оборудование нуждается в «оздоровлении»



а бойлер не наполняется — время вызывать мастера. Иначе жди неприятностей. В лучшем случае сработает аварийная защита и машина выключится, в худшем — могут сгореть ТЭНы, а из крана для кипятка пойдет пар.

Чтобы этого не допустить, по словам Евгения, бариста или бармены должны внимательно относиться к оборудованию и иметь хотя бы минимальное представление о том, как оно работает.

А вот Максим Казак советует не заниматься мнимой экономией и каждые два года производить профилактическую чистку кофемашины. Данная процедура включает в себя полную разборку оборудования, замену всех уплотнительных резинок и т. д.

— Как поступают с оборудованием в Европе: новую кофемашину после двух лет работы привозят в мастерскую, где ее разбирают, чистят, приводят в порядок, собирают, рассказывает он. — Потом она работает еще два года, потом процедура повторяется, после чего оборудование отправляется доживать свой срок в странах третьего мира. У нас же кофемашину эксплуатируют до тех пор, пока от нее не начинают отваливаться детали: ниппели, переходники, — пока не трескается бойлер. А все почему? Капитальная чистка — процедура недешевая, а потому люди предпочитают на ней экономить. В итоге тянут до последнего, пока оборудование не выходит из строя окончательно, а потом покупают новую кофемашину.

Между тем, как выясняется, затраты на приведение машины в порядок вроде бы небольшую сумму (сегодня это порядка 20 тысяч), на самом деле ресторатор экономит серьезные деньги. Ведь после такой профилактики оборудованием можно без проблем и потери качества напитков пользоваться и дальше. Так что это получается дешевле, чем покупать новую кофемашину. Словом, выгода от внимательного отношения к кофемашине, грамотной ее эксплуатации и своевременного сервиса налицо.

*Алексей Журавлев*

# Техническое обслуживание кофемашины — залог ее долгой и бесперебойной работы

Практика показывает: далеко не все в полной мере серьезно относятся к уходу за кофемашинами. Между тем именно правильная эксплуатация и своевременное обслуживание продлевают им жизнь.

**Мыть кофемашину необходимо ежедневно! Это несложно и займет несколько минут.**

После приготовления кофе в бункерах для отходов и на узлах оборудования, контактирующих с продуктами, скапливаются остатки молока, кофе, шоколада. Не секрет, что они являются рассадниками бактерий. Поэтому чтобы напитки всегда были вкусными, а клиенты — довольными и здоровыми, следует своевременно избавляться от отходов и поддерживать чистоту в контейнерах, холодильниках, трубках и системах выдачи. Добиться идеального порядка позволяют ежедневные промывки молочных и кофейных систем специальными моющими средствами. Важно соблюдать регулярность данных процедур.

**Как и обычная машина, профессиональная кофемашинa нуждается в своевременном техническом обслуживании!**

Техническое обслуживание профессиональных кофемашин предусматривает диагностику, в ходе которой специалисты устанавливают, какие узлы выработали свой ресурс.

Техобслуживание следует проводить после определенного количества порций сваренных напитков. У каждой кофемашины есть счетчики, которые показывают, сколько порций приготовлено, и программы, подсказывающие, что необходимо сделать в каждой конкретной ситуации.

Если проходимость невысокая, плановое обслуживание проводят не по «пробегу», а по времени (раз в полгода, год и т. д.).

## Сервисное обслуживание

Перед покупкой кофемашины обязательно поинтересуйтесь у продавцов стоимостью сервиса, сложностями с заменой запчастей.

Порой сама машина может стоить не очень дорого, а уход за ней или замена узлов будет стоить столько, что проще купить новую. Особенное внимание на возможность дополнительного сервиса стоит обратить компаниям, работающим



**Кирилл Никулин,**  
старший  
менеджер отдела  
La Marzocco  
и MARCO  
ООО «ФРАНКО»

в регионах. Зачастую они сильно переплачивают за услуги по уходу за аппаратами.

## Чему нужно уделить особое внимание

**В большинстве случаев обращение в сервисную службу происходит из-за отсутствия или незнания процедур чистки оборудования и плохой водоподготовки.**

Незнание, игнорирование инструкций, принципов работы машины приводит к печальным последствиям.

Чтобы кофемашинa служила долгие годы, персонал должен знать принципы работы кофемашины и правила ухода за ней.

## Водоподготовка — это важно

Для кофемашин требуется чистая вода с определенным содержанием солей. Простая водопроводная вода не подходит. Особое внимание нужно уделять бойлерам. Вода в них нагревается до 98 (кофейный бойлер) и 120–130 (паровой бойлер) градусов, что способствует образованию накипи. Использование очень мягкой воды приводит к повреждению металла бойлеров и к ухудшению качества кофейных напитков.

Важно отслеживать и соблюдать солевой баланс в воде.

## Стабильность работы электросетей и электричество в жизни кофемашины

Нужно обратить внимание на стабильность работы электросетей. Скачки напряжения могут негативно повлиять на электронику кофемашины или просто привести к короткому замыканию, и машинa надолго выйдет из строя.

Приобретая кофемашину, обращайте внимание на количество фаз у данной модели. Машинa с тремя фазами гарантированно не будет перегреваться и «тормозить».

реклама



[www.franko.su](http://www.franko.su)

# В ресторане первенство должно быть за поваром

Александр Белькович о том, как шеф-повару стать успешным ресторатором и найти свой путь в ресторанном бизнесе

Бренд-шеф Ginza Project, ресторатор и совладелец ресторана «Белка», второй год является одним из ведущих программы «Мастер-шеф. Дети» на канале СТС, он буквально с первых минут общения поражает своим энтузиазмом, яркостью суждений и уверенностью в собственных силах. Те, кто знает Александра Бельковича давно, наверняка подтвердят: с годами ничего не меняется. Впрочем, мы решили дать читателям возможность самим услышать нашего героя и получить информацию из первых уст.



## О реализации задуманного

Ресторан «Белка» мы создавали совместно с холдингом Ginza Project. Честно говоря, копил идеи годами. Когда-то записывал их в ежедневник, потом в телефон. Всегда в голове крутил картинку своего ресторана. Да, интерьер представлял себе иначе. Однако дизайнеры предложили другой вариант, и он мне понравился. Так что удалось реализовать практически все, что хотел. Считаю, целеустремленный шеф-повар всегда думает о своем проекте. Потому что есть желание добиться чего-то в жизни. Я нацелен на успех, стремлюсь к финансовому благополучию, хочу путешествовать и не считать, сколько я трачу. Не хочу наскрести на какие-то вещи, которые думаю купить.

## Об открытии ресторанов шеф-поварами

Эта история у нас только началась. Она еще даже не стала трендом, не достигла своего пика. Посмотрите, что происходит в западных странах. Там подобное в порядке вещей. И мы к этому придем. Ведь все понимают: более или менее толковые шеф-повара стали понимать,



что сердце ресторана — его кухня. И именно от шеф-повара, если он, конечно, с головой, зависит все. Почему шеф-повар за зарплату должен делать чужой бизнес успешным, если он в силах создать его сам? Поэтому шеф-повар становится владельцем заведения, а то и сеть начинает развивать. Естественно, у тех, кто стремится стать известным шеф-поваром или уже является таковым, появляется мечта. И если раньше просто хотели стать знаменитыми в профессии, то сегодня смотрят уже дальше, думая об открытии собственного заведения, где можно реализовывать свои идеи, делиться своими знаниями с миром и еще на этом зарабатывать.

### О собственной роли в ресторане

Спустя год после открытия случаев, когда тянет надеть поварской сюртук и показать сотрудникам, как надо работать, слава Богу, все меньше и меньше. Пока ставил кухню (а это практически два месяца), из нее не вылезал. Наблюдал за тем, что делают ребята. Конечно, бывало,

**Концепция** ресторана «Белка» предполагает авторский подход как к кухне, так и к сервировке блюд

результат мне не нравился, тогда психовал, «разматывал» всех. Потом понял, что жизнь не останавливается, нужно развиваться дальше. Стал проводить меньше времени за плитой и у разделочной доски. А сейчас это уже пройденный этап. Вообще считаю, что если не научиться делегировать полномочия и не доверять людям, то развиваться дальше нет смысла. Да, я очень педантичный человек, в том числе и на кухне. Да, в свое время вдавливал в голову поварам, как себя вести, какая должна быть дисциплина, где и что должно висеть, что такое чистота на кухне. Постепенно шеф-повар принял эти стандарты, а за ним подтянулась и вся команда.

На мой взгляд, ресторану для того, чтобы он стал профессиональным, четко работающим, нужен год. И сейчас я могу уехать в любой момент, заняться своими делами, зная, что в «Белке» все работает правильно, точно, как швейцарские часы. Так что пока успеваю быть и шеф-поваром, и владельцем.

## С 6 лет в кулинарии и с 12 в бизнесе

Как всякий нормальный человек, я никогда не желал курить бамбук. Всегда ставил цель честно зарабатывать своим трудом, делая то, что умею. Жилка бизнесмена у меня была с самого детства. С шести лет начал готовить, а с 12 — зарабатывать. Каждый год приезжал к бабушке на летние каникулы. Мне было скучно просто гулять с ребятами во дворе, поэтому чем только не занимался: мыл и заправлял машины на АЗС, получая чаевые, собирал ягоды в саду, а потом продавал их на рынке. Позже поступал иначе: рано утром отправлялся на оптовый рынок, где покупал разные овощи. Брал столько, сколько мог унести (около 30 килограммов). Кабачки складывал в рюкзак за спину, а баклажаны и морковь — в две сетки, по одной в каждую руку. На троллейбусе доезжал до мини-рынка, выкладывал все красиво на брезент и продавал вдвое дороже. Зато в сентябре возвращался к себе домой на север и покупал то, что хотел. Джинсы, например. Не то чтобы на них в семье не хватало денег. Рос, как все. Просто всегда хотелось зарабатывать самому.

## О профессиональном уровне

Критериев, определяющих класс шеф-повара, много. Я могу уже по первому блюду понять, что к чему. По стилю, по тому, как выглядит тарелка, по презентации блюда. Но главное — это вкус.

Если говорить о кухне ресторана, то обращаю внимание на чистоту. И, конечно, с поваром, особенно если он новый, надо поработать вместе. Люблю это делать. Можно в процессе работы посмотреть, как человек себя ведет, как двигается, как руководит командой. Из таких деталей и складывается профессиональная картинка.

## О стиле управления

На кухне должна преобладать диктатура, хотя и без демократии не обойтись. Мне, например, удается совмещать. Иногда просто необходимо отбросить все сантименты, быть железным и даже циничным. Сказал — как отрезал. Просто потому, что по-другому невозможно. В то же время ресторан и, в частности, кухня — это живой организм. Если оставаться только диктатором — ничего не получится. Нельзя создать благоприятную атмосферу, когда сотрудники находятся под постоянным прессом и боятся. Вот почему мой персонал обо мне скажет, скорее всего, что я дружелюбный, открытый, правильный, честный, справедливый руководитель.

## О балансе между управляющим и шефом

Как повар могу предположить, что первенство за поваром. Мне хочется так думать, особенно, если речь о ресторане. Ведь гости приходят туда поесть. Впрочем, на самом деле одинаково важны оба. Считаю, выигрывает тандем, который необходим, как никакой другой. Он и дает результат. Перетягивание одеяла на себя ни к чему не приведет. Я знаю, что такое работать шеф-поваром на кухне ресторана и что такое выполнять функции управляющего. Заниматься менеджментом ресторана в России не так просто, как может показаться. Для того чтобы делать это успешно, да еще и по закону, нужен солидный



опыт в бизнесе. Пожалуй, даже больший, чем на кухне. С другой стороны, если у тебя готовят невкусно, тогда и говорить не о чем.

### О недостатках и достоинствах шеф-поваров

Многие прыгнули в гастрономию, погнались за модой, стараются быть в тренде, не изучив классику. В итоге получается непонятно что. И вроде все стильно, интересно, гастрономично. И задумка оригинальная. А по факту либо невкусно, либо не хватает элементарного опыта в приготовлении и подаче. А еще нет понимания того, что такое сочный продукт и правильная температура блюда, его вкус, консистенция. А все это важно. Вот почему сначала нужно изучить азы, а потом уже придумывать нечто необычное.

Хорошего шеф-повара не бывает без хорошей школы и такого качества характера, как эмоциональность. Если есть и то, и другое — будет результат.

### О подборе кадров

Полагаю, перед тем, как брать человека на работу, нужно выяснить, что он собой представляет, где работал, откуда пришел. И, конечно, важно провести дегустацию блюд. Именно она многое показывает. Бывает, репутация у повара хорошая и к блюдам на дегустации нет вопросов. Все на отлично! А руководить человек не умеет. Или наоборот: шеф-повар хороший руководитель, но вкус его блюд оставляет желать лучшего. Встречал и такое: еда вкусная, но только сам шеф-повар может ее так приготовить, а командой руководить не в состоянии. В идеале найти шефа, который не только сам готовит вкусно, но и умеет научить, а также способен правильно поставить работу на кухне. Кстати, именно такие люди имеют все шансы со временем вырасти во владельца ресторана.

Если говорить об иностранных шеф-поварах, то, считаю, пригласить их можно для того, чтобы поработать вместе на кухне, обменяться знаниями, приобрести опыт или провести вместе какое-либо мероприятие.

А вот что касается работы в зале, то в свой ресторан я пригласил менеджером итальянца. У него искренняя улыбка. Он улыбается гостям от души. И все это видят. Вот в чем класс! У многих наших людей улыбка, увы, натянута.

### О карьере и роли телешоу

Работа шеф-повара многогранна и позволяет добиться многого. Можно не только вкусно готовить, но и писать кулинарные книги, участвовать в телепередачах, быть бренд-шефом холдинга, открывать собственные рестораны. Те же телевизионные шоу привлекают внимание к профессии повара, популяризируют ее, а заодно и качественную еду. Они помогают людям разбираться в продуктах, в кулинарии и гастрономии.

Ставка сделана, в том числе на вкус и выход блюда





### О санкциях и их пользе

Еще совсем недавно российские рестораны работали в основном на импорте. И многие шеф-повара даже не имели представления о сезонности продукта. Ведь ту же спаржу, например, можно было купить 365 дней в году. А говядину знали только мраморную и не понимали, что такое фермерское мясо. И в результате вся кухня строилась на этой базе. У меня в голове были аналогичные стереотипы. Благодаря санкциям зародился

**Разноплановое меню – сознательный ход при разработке концепции**

Интерьер ресторана «Белка» сделан в стиле «космические 60-ые»

другой тренд. Возникли понятия сезонности и локальности, стало развиваться фермерство. Шеф-повара начали смотреть шире, генерировать идеи. Так что санкции дали импульс для развития. В ресторанах появился судак из Ладожского озера, сыр буррата отечественного производства. Да, для того, чтобы его поставить правильно, порой, выписывают специалистов из Италии. Как результат: если раньше сыр буррата изготавливали лишь в одном месте в Подмосковье, то сейчас по стране уже несколько таких сыроварен, предлагающих и буррата, и моцареллу. Это уже местный продукт, а значит, развивается российская экономика. Я, кстати, на кухне своего ресторана использую много локальных сезонных продуктов. И слава Богу, что так произошло. Когда санкции только ввели, говорил: да сейчас ресторанному бизнесу будет тяжело, — но это такой хороший толчок для развития, в том числе сельского хозяйства. И действительно, профессиональные шеф-повара почувствовали, как складывается ситуация. Они перешли на отечественные продукты.



Правда, остались и те, кто до сих пор ничего не поменял и идет по проторенной дорожке. А нужно использовать локальные продукты, помнить о том, что есть сезонность. Недавно вернулся из Самары, где рестораны по-прежнему сидят на импортной рыбе и не готовят локальную. Не могу понять, зачем покупать норвежскую лососину, когда есть местный сом. Да, у нас существуют сложности с сельским хозяйством, да, у нас пока плохо развита логистика, но надо стремиться развивать свое производство. И мы к этому все равно придем.

### Об эмоциях в работе

Меня выводит из себя элементарная глупость. Я смотрю на проект глобально, с точки зрения руководителя, просчитываю каждый шаг, выстраиваю систему. А условный повар, отвечающий только за качество рыбы, кальмаров и креветок, делает работу спустя рукава. Хочется сказать такому «специалисту»: «У тебя всего три продукта! По сути, твоя единственная задача — следить за их качеством, а ты допускаешь ошибки». Это действительно выводит из себя!

### О профессиональной ревности

Если я придумал блюдо, которое всем нравится, а потом приходит молодой повар и меняет рецептуру, делая ее лучше, поднимаю такому человеку зарплату, хвалю его. При этом всем говорю, кто именно внес такие удачные коррективы. Профессиональная ревность уже в прошлом. Причем давно. Я никогда никем не прикрывался, никогда ничего не утаивал, а наоборот, всегда всем делился: рецептами, знаниями. Был открытым и понимал: хочешь доверять людям, сам развиваться дальше — научи их тому, что знаешь, пусть готовят. Если кто-то смог сделать лучше оригинала — супер! Я доволен, рассказываю об этом, в том числе и в соцсетях. Главное — работать на результат. Именно благодаря этому и я достиг своих нынешних успехов. Да, есть те, кто считает себя королем, хочет, чтобы их так воспринимали окружающие, те, кто



стремится показать свой статус. А мне уже никому ничего доказывать не надо. К тому же, как известно, короля делает свита. Для меня это мои шеф-повара.

### Об уроках жизни

Ресторанный бизнес научил меня тому, что лучше заниматься чем-то другим! Он требует много эмоций, существует параллельно и не оставляет ни на минуту. Его нужно постоянно контролировать, вне зависимости от того, что делаешь в данный момент. Ведь порой сказать или попросить один раз недостаточно. И даже просто уволить нельзя. Обязательно нужно поговорить. Так что без кнута и пряника не обойтись. У меня сейчас в 70% случаев применяется кнут и лишь в остальных ситуациях выдается пряник. Потому что чуть-чуть подустал. Когда удается отдохнуть, становлюсь спокойнее, то пропорция меняется — 50 на 50.

### О мечте

Я взрослый, серьезный парень. Понял, как работает бизнес, занимаюсь им, причем эффективно. Что мне терять?

Хочу стать великим предпринимателем, оставаясь успешным ресторатором, который делает интересный продукт и несет позитивные эмоции. Хочу, чтобы люди говорили: этот парень достоин похвалы, потому что создал честный, достойный продукт. Хочу, чтобы лет через 15 у меня было уже сто своих ресторанов.

Записал Алексей Журавлев

*”Хочу стать великим предпринимателем, оставаясь успешным ресторатором, который делает интересный продукт и несет позитивные эмоции.“*

r\_keeper

КОМПАНИЯ «ЮСИЭС СПб» / UCS SPb

Официальное представительство UCS в Санкт-Петербурге  
196084, Московский пр. 91, офис 324 +7 (812) 329-05-60  
info@ucs-spb.ru www.ucs-spb.ru

реклама



### MegaPos MP-3275L

Процессор VIA Eden ULV 1,6GHz; экран 15" TFT LCD сенсорный резистивный; разрешение 1024x768; яркость 250 кд/м<sup>2</sup>. Прочная конструкция из современного пластика, мощный вентилятор, стандартные интерфейсы для подключения периферийных устройств. Оперативная память: от 512MB до 1GB. Габаритные размеры: (Ш\*В\*Г) 382x356x389мм.

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru

U.C.S.



### Glaive RT665

Процессор Intel® Atom™ D525 1M L2 Cache 1.8GHz; оперативная память от 1 GB до 4 GB; размер/разрешение: 12" TFT LCD / 800x600, 15" TFT LCD / 1024x768; яркость (тип подсветки) 330 cd/m<sup>2</sup> (LED) / 250 (CCFL) / 450 cd/m<sup>2</sup> (LED); экран Touch Screen 5-и проводной резистивный; размеры (Ш,В,Г): 320x345x271мм, 370x389x271 мм.

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru

U.C.S.



### Eco POS i 9000. Бюджетный POS-терминал с оптимальными техническими характеристиками

Процессор Intel ATOM D2550 1,86 ГГц. Сенсорный дисплей с диагональю 15 дюймов. Оперативная память 2 Гб. Имеет LPT порт и может работать в DOS. Считыватель магнитных карт 1-2-3. Терминал может быть, как настольным, так и настенным, сконструирован по схеме Panel PC. Гарантия 3 года.

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru

U.C.S.



### Специализированный электронный блокнот официанта на базе Apple iPod Touch 4 и 5 поколения

Терминал «Мобильный официант» работает через Wi-Fi. Его легко можно использовать на летних верандах, в залах ресторанов, где сложно проложить кабели для подключения стационарного оборудования. «Мобильный официант» - незаменимый помощник при обслуживании бизнес-ланчей, при массовом наплыве гостей и т. д.

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru

U.C.S.



### Электронное меню Rk-Order

Супер-новинка на базе iPad и R-Keeper v.7. Прекрасная альтернатива «бумажному» меню, созданная на базе планшетного компьютера iPad производства компании Apple. Теперь гость ресторана может самостоятельно сделать заказ при помощи планшета.

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru

U.C.S.



### Термопринтер Sam4s Ellix 50DB. Надежный и качественный принтер чеков Sam4s Ellix 50DB, Ethernet/COM/USB.

Термопечать, скорость печати 250 мм/сек, ширина печати 80 мм, ширина бумаги 80 мм. Типы штрих-кодов: UPC-A/E, JAN (EAN) 13/8, ITF, CODE39, CODE93, CODE128, CODABAR, PDF417,QR. Есть автоотрезчик, интерфейсы подключения USB, RS-232, Ethernet. Вес 1.9 кг, габариты: 250x201x220 мм. Питание 24VDC/2.5A. Диапазон рабочих температур 0°C - 35°C.

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru

U.C.S.



### Планшетный терминал Prestigio MultiPad Viscone 4U в металлическом антивандальном корпусе

Оптимальное решение для сезонных кафе, временных проектов, залов со сложной конфигурацией. Металлический антивандальный корпус. Экран размер - 10.1" Разрешение 1280x800. Плотность пикселей 149.4 ppi. Операционная система - Windows 10. Процессора - Intel Atom Z3735F, конфигурация - 4x SoFIA 1.33 ГГц, Оперативная память - 2 Гб Встроенная память - 32 Гб, Модуль сотовой связи - 3G, Стандарт Wi-Fi - 802.11b/g/n, Версия Bluetooth - 4.0, Тыловая камера и фронтальная камеры, встроенный динамик и микрофон. Поддержка GPS. Емкость аккумулятора - 6600 мАч Датчики - акселерометр (G-сенсор). Разъемы - micro USB, USB. Видео выходы - HDMI. Хаб USB 2.0 3-порта + RJ45

Санкт-Петербург, Московский пр., д. 91, (812) 329-05-60, info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru

U.C.S.

	<p><b>POS-монитор Panasonic JS-960 WS</b></p> <p>Новейшая модель компании Panasonic — POS-система JS-960WS — производит революцию на рынке своей высочайшей производительностью и возможностями трансформации.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>	 <p><b>Система автораздачи Drive Thru</b></p> <p>Предназначена для автоматизации ресторанов быстрого обслуживания.</p> <p>Система состоит из: базовой станции, ЮП ИО – беспроводной системы голосовой связи, детектора автомобилей + система ZOOM, терминала приема заказа, программного обеспечения.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>
	<p><b>POS-монитор Panasonic JS-960 WP</b></p> <p>Компактный, «все-в-одном», дизайн JS-960WP позволяет удобно разместить оборудование и требует меньше пространства для установки.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>	 <p><b>Чековый принтер SPARK-PP-2010</b></p> <p>Универсальный чековый принтер SPARK-PP-2010 с тремя портами RS232 / USB / LAN оснащен портом управления денежным ящиком. SPARK-PP-2010 – это полная универсальность, взаимозаменяемость, качество и надежность.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>
	<p><b>POS - монитор SPARK-TT-2115</b></p> <p>Бесшумный POS-монитор с 15" полноэкранным сенсорной панелью без выступающих кнопок, с высокоэффективным 2-ядерным процессором Intel Atom N330 Dual-core. Водонепроницаемый корпус без вентиляторов, обеспечивает надежную работоспособность в жестких условиях.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>	 <p><b>IS - Click</b></p> <p>Аппаратно-программный комплекс сбора, хранения и предоставления статистических данных для оценки качества обслуживания.</p> <p>Состоит из палки - счета со встроенной панелью выставления счетов и программного обеспечения.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>
	<p><b>POS - монитор SPARK-TT-2115</b></p> <p>Бесшумный POS-монитор с высокоэффективным 2-ядерным процессором Intel Atom N330 Dual-core. Белый цвет корпуса и дополнительный 12" экран для презентаций придают этому устройству особую привлекательность.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>	 <p><b>Мобильное рабочее место кассира</b></p> <p>Мобильный кассовый комплекс для осуществления расчетов при продаже товаров, выполнении работ, оказания услуг.</p> <p>Состоит из программно-технической комплексы SPARK-125K и планшета с операционной системой Android с установленным программным обеспечением.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>
	<p><b>POS-монитор SPARK-TT-2015</b></p> <p>Легкий дизайн монитора SPARK-TT-2015 на базе процессора Intel Atom N270, с 15-дюймовым сенсорным экраном в металлическом корпусе без вентиляторов, на подставке с регулируемым углом наклона.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>	 <p><b>Intellect Style – Орель</b></p> <p>Предназначен для автоматизации сетей отелей, гостиниц, санаториев и пансионатов, мини-отелей, туризма. Поставляется в 3-х конфигурациях (Базис, Стандарт и Локс), в зависимости от инфраструктуры объекта. Функционал обеспечивает автоматизацию всех технологических процессов.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>
	<p><b>POS – монитор SPARK-TM-2015</b></p> <p>Компактный и легкий монитор с 15" резистивным сенсорным экраном предназначен для использования в ресторанах, кафе, магазинах. Модель выполнена в черном цвете.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>	 <p><b>Intellect Style – Market. Автоматизация рабочего места кассира</b></p> <p>Предназначен для автоматизации работы кассира. Данный модуль может применяться для реализации различных кассовых функций в ресторанах, магазинах, в кафе, барах и т.д. Наличие протокола взаимодействия позволяет интегрировать «IS Market» с другими товаручетными системами.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>
	<p><b>POS-монитор SPARK-LM-2015</b></p> <p>Компактный элегантный монитор с 15" экраном предназначен для использования в ресторанах, кафе, магазинах, где не требуется сенсорная панель. Модель выполнена в белом и черном цветах.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>	 <p><b>Intellect Style – Автоматизация общественного и корпоративного питания</b></p> <p>Программно-аппаратный комплекс для автоматизации общественного и корпоративного питания. Основан на программной платформе Intellect Style - Ресторан конфигурации «Локс».</p> <p>В состав комплекса входят следующие элементы: терминал для приема денежных средств; рабочее место кассира; сервер.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>
	<p><b>Программно-технический комплекс SPARK-115K</b></p> <p>Фискальный регистратор SPARK-115K создан на базе новейшего термотриггера EPSON TM-T70. Уникальная конструкция принтера – с загрузкой бумаги и выдачи чека с передней панели – позволяет встраивать его в прилавок.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>	 <p><b>IS-line - Система управления очередью</b></p> <p>Эффективное решение для оптимизации работы организации, в которой ведется прием посетителей. Назначена в лановых фондах, государственных организациях, банках, медицинских учреждениях, страховых компаниях, визовых центрах.</p> <p>Электронная система управления очередью упорядочивает работу, повышает явку организации и является экономически выгодной.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-06-21 www.ccs.ru, e-mail: comsales@spb.ccs.ru</p>

## Профессиональный журнал о ресторанном бизнесе от издательства «Наша деловая пресса»

### Подписка на журнал «РесторановедЪ»



«РесторановедЪ» - это искусство гостеприимства, передовой опыт и лучшие практические решения от самых успешных руководителей, ведущих экспертов и признанных аналитиков ресторанного бизнеса в каждой публикации.

Многие уже по достоинству оценили компетентность и реальную ценность издания, поэтому давно являются постоянными подписчиками и участниками Делового клуба журнала «РесторановедЪ».

**Периодичность выхода журнала — 6 номеров в год**

#### Стоимость подписки:

Период	Версия	Печатная	Электронная
6 номеров (1 год)		4248 руб.	2124 руб.
3 номера (полгода)		2478 руб.	1416 руб.
1 номер		1062 руб.	531 руб.

Все цены указаны с НДС

**Вступайте в Деловой Клуб нашего журнала!**

## Деловой клуб журнала «РесторановедЪ»

#### Привилегии и стоимость участия в Деловом клубе:

Участие в Деловом клубе журнала «РесторановедЪ»	Заочное участие в Деловом клубе журнала «РесторановедЪ»
Годовая подписка на печатную версию журнала	Годовая подписка на электронную версию журнала
Участие в закрытых конференциях для постоянных читателей журнала	Заочное участие в закрытых конференциях для постоянных читателей журнала (онлайн трансляция)
Бесплатные заочные консультации и рекомендации от экспертов журнала	Бесплатные заочные консультации и рекомендации от экспертов журнала
Скидка 20 % на участие во всех мероприятиях Издательства «Наша деловая пресса»: конференции, семинары, форумы «Искусство гостеприимства»	Скидка 20 % на участие во всех мероприятиях Издательства «Наша деловая пресса»: конференции, семинары, форумы «Искусство гостеприимства»
Приоритетное размещение новостей вашей компании на сайте <a href="http://www.restoranoved.ru">www.restoranoved.ru</a>	Приоритетное размещение новостей вашей компании на сайте <a href="http://www.restoranoved.ru">www.restoranoved.ru</a>
Пост –релиз и тезисы 1 конференции	Пост –релиз и тезисы 1 конференции
Возможность участия в публикациях журнала в качестве ньюсмейкера или эксперта	-

#### При оплате

До 31 декабря 2016 года	<b>9440 руб./год</b>	До 31 декабря 2016 года	<b>4130 руб./год</b>
с 1 января 2017 года	<b>11210 руб./год</b>	с 1 января 2017 года	<b>4720 руб./год</b>

Все цены указаны с НДС

**Restoranoved.ru**

Будем рады видеть вас в числе наших читателей и членов Делового клуба.

**(812) 493-33-73 и 493-44-04 e-mail: [podpiska@mediavibor.ru](mailto:podpiska@mediavibor.ru)**

# MODERN BAKERY MOSCOW



Международная  
специализированная  
выставка для хлебопекарного  
и кондитерского рынка

13–16 марта 2017  
ЦВК «Экспоцентр», Москва



# ПОМОГАЕМ БЫТЬ ЛУЧШИМИ

**R-KEEPER™** – КОМПЛЕКСНОЕ  
РЕШЕНИЕ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ  
ВАШЕГО РЕСТОРАНА

БОЛЕЕ  
**42 000**  
РЕСТОРАНОВ

В **47**  
СТРАНАХ  
МИРА

**U\_C\_S**

**r\_keeper**

**КОМПАНИЯ «ЮСИЭС СПБ»/ UCS SPb:**

Официальное представительство UCS в Санкт-Петербурге  
196084, Московский пр. 91, офис 324 • +7 (812) 329-05-60  
info@ucs-spb.ru • www.ucs-spb.ru

**СЕРВИС DN-LINE 24/7/365 >>>**