

РесторановедЪ

РесторановедЪ 6 (69) июнь 2016

Как
организовать
банкет

10

Исповедь
официанта:
ожидания
и как их
оправдать

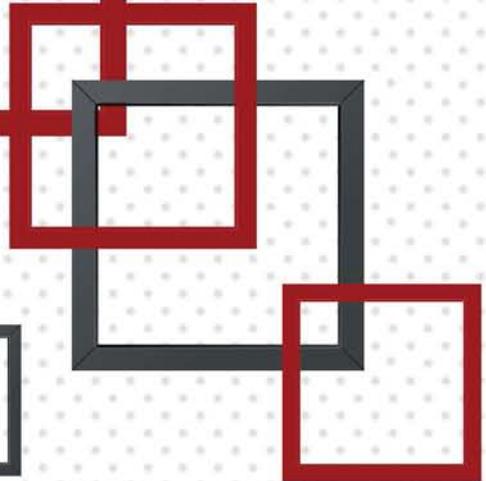
48

Дмитрий Левицкий:

«Делай так,
чтобы было круто,
или не делай никак!»

26





Welcome Forum
Санкт-Петербург
08-09 сентября 2016 года

Санкт-Петербургский форум гостеприимства

Событие года в ресторанном и гостиничном бизнесе!

- ведущие эксперты
- тематические конференции,
- практические семинары,
- круглые столы,

Только актуальные темы! Только эффективные решения!

Интересное общение! Новые контакты!

Увлекательная экскурсионная программа по Петербургу и пригородам



Организаторы форума —
профессиональные отраслевые
журналы «РесторановедЪ»
и «Современный Отель»

welcome-forum.ru

8 812 493 44 04

pr@mediavibor.ru

РесторановедЪ

СОВРЕМЕННЫЙ
ОТСЛАД

От редакции

Москва и Астана, Санкт-Петербург и поселение Медовеевка на территории Кавказского биосферного заповедника... Такова география июньского номера журнала «Ресторановедъ».

События на сей раз имеют исключительно столичный оттенок, но от этого они не становятся менее интересными, скорее, наоборот. Ведь мы рассказываем о Дне открытых людей в ресторанах Арама Мнацаканова, о фестивале Taste of Moscow и о форуме для рестораторов, который наше издательство проводило в Астане.

Тема номера — организация и проведение банкетов — выбрана неслучайно. Сегодня она актуальна как никогда. Свои практические рекомендации по данному вопросу дают известные рестораторы, шеф-повара, эксперты по кейтерингу и даже официанты.

Едва ли не впервые в своей многолетней истории наш журнал осознанно перешел на ты с ресторатором. И дело даже не в выбранном стиле общения. Просто беседа получилась доверительной и откровенной. Такой, как сам Дмитрий Левицкий, человек, достаточно давно не нуждающийся в особом представлении. Это он вместе со своей дружной командой создал бары «Дорогая, я перезвоню...», Hurma Management Group и удивил ресторанный бизнес мероприятием с неоднозначным названием Gastreet.

В рубрике «Опыт» мы расскажем удивительную историю появления проекта Old Boys. Она еще раз доказывает, что при наличии желания и трудолюбия можно достичь многого. Всего за каких-то два с половиной года, уехав из Москвы, сделать проект по сути российского масштаба.

Как всегда, не остался без внимания кадровый вопрос. Причем мы выбрали нетрадиционный ракурс, опубликовав «Исповедь официанта».

Но этим тема персонала в номере не исчерпывается. Есть еще интервью с шеф-поваром Равилем Трегуловым, в котором он в том числе делится мнением о профессиональном образовании.

По традиции, в журнале представлены интересные мастер-классы.

Впрочем, лучше не тратить времени даром и внимательно прочитать июньский «Ресторановедъ». И если вдруг вы еще не подписались на наш журнал, сделайте это. Он того стоит!

Ресторановедъ

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

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

Менеджеры по рекламе: Ольга Клименко,
Елена Миндерова

Менеджеры по работе с клиентами:
Дарья Боровикова, Дина Сибгатуллина

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
Hurma Management Group

Журнал «Ресторановедъ» 6 (69) июнь 2016
Св-во ПИ № ТУ 78-00156 от 17.11.2008 г. выдано Управ-
лением 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 20.06.2016
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

Адрес редакции и издателя: 196084,
Санкт-Петербург, ул. Коли Томчака,
28/1, 5Ц «Гепард»

E-mail для писем: info@mediavivor.ru

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

м е д и а г р у п п а

**ВЛУЧШИЙ
ВЫБОР**

ФАКТЫ. ЦИФРЫ. ЦИТАТЫ.

3

СОБЫТИЕ

4

ТЕМА НОМЕРА. КАК ОРГАНИЗОВАТЬ БАНКЕТ

10

Доходное дело, или Как организовать банкет

17

Банкет: время реванша

18

Кейтеринг как успешный бизнес

21

Настройся на лето — создай свое мороженое!

АВТОМАТИЗАЦИЯ & IT РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

22

Банкеты и как на них заработать

РЕСТОРАТОР

26

Дмитрий Левицкий: «Делай так, чтобы было круто, или не делай никак! Посредственно выполненная работа выбешивает!»

ОПЫТ

36

Дмитрий Серов: «Ресторанный бизнес чертовски сложный, но именно этим он и нравится»

УПРАВЛЕНИЕ РЕСТОРАНОМ

44

Ресторанный бизнес в сложные времена: что делать?

ПЕРСОНАЛ

48

Исповедь официанта: ожидания и как их оправдать

ШЕФ-ПОВАР

52

Равиль Трегулов: «Я люблю готовить для людей»

МАСТЕР-КЛАСС

57

Летний сет на тему латиноамериканской мясной кухни

Ресторатор **Дмитрий Левицкий** раскрывает секреты успеха своей команды, рассказывает о том, как пришел в бизнес и делится опытом решения кадровых вопросов.



26

	Бокалы, стаканы, шоты Стильная, экологичная посуда Разнообразие форм и цветов Материал: поликарбонат, акрил, полипропилен Небьющаяся, можно мыть в посудомоечной машине Нанесение логотипа любой сложности Производство Италия
	Компания «Ресурс» (812) 963-2333, (981) 721-7768 www.nipco-it.ru info@nipco-it.ru

	Миниформы для фуршетов FINGER FOOD Одноразовые класса премиум, сверхпрозрачные Экономят место, эффектно смотрятся Идеальное дополнение при сервировке Более 30 видов, цвет прозрачный в наличии Производство Италия
	Компания «Ресурс» (812) 963-2333, (981) 721-7768 www.nipco-it.ru info@nipco-it.ru

До 19,1 млрд рублей (на 1,6%)...
по данным Петростата, вырос оборот петербургского рынка общественного питания в январе — апреле 2016 года.

На 25%...
по словам ресторатора Леонида Гарбара, увеличивается выручка заведений в дни проведения Петербургского международного экономического форума.

На 4%...
за четыре месяца нынешнего года выросло количество посетителей кофеен в России.

15–20 пекарен...
до конца года планирует открыть в Петербурге ижевская сеть «Хлебница».

На 3%...
по данным NPD Group, в первом квартале 2016 года снизилось количество посещений россиянами кафе, баров и ресторанов. По статистике, больше других предприятий массового питания спад почувствовали рестораны. Он составил 14%.



— Верю ли я, что Россия когда-нибудь выиграет «Золотой Бокс»? Да. Потому что, на сей раз на нас посматривали со страхом. И уже появляется интерес к тому, что делает Россия.

Наринэ Багманян, президент выставочной компании «Асти Групп»

Ведущий в России производитель оборудования для баров

HI COLD

реклама

www.hicold.ru
☎ 8 800 333-55-15
☎ 8 495 411-08-08

Весь ассортимент модульного оборудования для баров и холодильных, морозильных столов.



Казахские рестораторы обсудили важные вопросы

В первой декаде июня в столице Казахстана состоялся форум для профессионалов индустрии гостеприимства «Астана-2016», организованный журналами «Ресторановедъ» и «Современный отель» в рамках проекта Welcome forum.

В течение одного дня ведущие эксперты ресторанного бизнеса двух стран обсуждали с участниками мероприятия самые актуальные для отрасли республики вопросы.

Открыл программу Георгий Карпенко, руководитель направления тренинга и консалтинга в HURMA Management Group, он рассказывал

собравшимся о путях повышения среднего чека. В частности, объяснил, почему важно оптимизировать работу бармена, максимально сократив время, которое последний затрачивает на обслуживание гостя. Суть такова: за барной стойкой все должно находиться в шаговой доступности в прямом смысле слова.

В этом случае скорость обслуживания значительно возрастает, а вместе с тем увеличивается и выручка.

Кроме того, Георгий подчеркнул необходимость установления контакта с гостем и на примерах показал, как можно сделать случайного посетителя постоянным и лояльным, не прикладывая чрезмерных усилий, что значительно увеличит доход заведения.

Он также поделился впечатлениями о работе некоторых столичных заведений, объяснив, как и почему теряется реальный доход. В условиях жесткой конкуренции даже такая, казалось бы, мелочь, как уборка столов после ухода гостей, имеет значение.

По словам Георгия Карпенко, когда в бар или, например, ресторан образовывается очередь из желающих занять освободившиеся места, а стол не убирается в течение более чем 10 минут, это неправильно. А именно такую картину он наблюдал в одном из популярных заведений Астаны.

Эффект от сказанного только усилился после демонстрации в заключение семинара видеоролика, в котором сравнивалась скорость замены резины на питстопе гоночной трассы «Формулы-1» в Мельбурне в середине прошлого столетия и в наши дни.

Не менее яркое впечатление произвело на участников выступление коммерческого директора компании Tillyrad Людмилы Алямовской, которая рассказала о том, как с помощью современных систем автоматизации оптимизировать работу заведения, сократить его расходы и увеличить доход.

Затем своим взглядом на современный маркетинг поделилась Жанна Прашкевич, эксперт, хорошо известный не только в Казахстане, но и за его пределами. Основываясь на собственном практическом опыте, она рассказала аудитории, как правильно формировать маркетинговый бюджет заведения, а также о наиболее эффективных каналах для его продвижения.

Затем снова выступил Георгий Карпенко, на сей раз поднявший

На Welcome Forum «Астана 2016» рестораторы Казахстана получили практически рекомендации по развитию бизнеса



” Людмила Алямовская, коммерческий директор Tillyrad: О системе Закупок от Tillyrad:

Одна из тенденций рынка – все большая требовательность рестораторов к системам автоматизации. Растет спрос на понятные решения, в которых заложено максимум функционала. “



такой важный вопрос, как правильное построение работы кухни ресторана, что позволяет последнему оставаться успешным и прибыльным.

Сессия Мубарака Искакова, бизнес-консультанта компании Trade-Help Engineering, была посвящена выбору местоположения ресторана, в том числе оценке покупательских потоков с применением технологий выбора локации, замеров проходимости и т. д.

Завершал программу форума основатель сайта бронирования ресторанов redtable.kz Азат Мукашев, который рассказал о привлечении гостей в ресторан без инвестиций в рекламу.

— Я абсолютно не пожалел, что приехал на форум, — признался Вадим Ли, управляющий отелей «Орбита» в городе Чемкенте. — Более того, я приехал не один, а вместе с сотрудниками, для которых участие в подобном событии было первым опытом. Я бы им намного дольше объяснял, что, как и почему нужно делать.

По словам Вадима, возможность живую услышать таких экспертов, как Георгий Карпенко, дорогого стоит, да и информация усваивается гораздо легче, нежели в пересказе.

— После его выступления я захотел поехать и на практике применить то, о чем он рассказал, — признался Вадим Ли.

Лучшей оценки не придумаешь. Значит, форум для тех, кто его посетил, оказался действительно нужным и полезным.



В «Пробка кафе» Арама Мнацаканова собирались открытые люди

В Санкт-Петербурге состоялся День открытых людей в ресторанах Арама Мнацаканова. Причем Арам Мнацаканов лично собрал в «Пробка кафе» всех желающих вступить в команду Probka Family.

Всем желающим принять участие в мероприятии было необходимо подать предварительную заявку. Позиций предлагалось четыре, а именно: управляющий ресторана, повар, хостес, официант.

Все собеседования, согласно программе, проходили в строго определенное время.

Открыли день кандидаты в управляющие, которые, собравшись за общим столом, не только рассказывали о себе, но и отвечали на различные каверзные вопросы теста, каждый раз обосновывая свою точку зрения. Естественно, модератором выступал сам Арам

Мнацаканов. Он не просто наблюдал за происходящим со стороны, а активно участвовал в процессе, общаясь с кандидатами.

Затем настал черед проявить себя претендентам на должность хостес. Им, пожалуй, было проще остальных, поскольку в их задачу входило представление себя с рассказом о своих способностях и объяснением, почему они хотят работать в ресторанах Арама Мнацаканова.

Едва ли не самая сложная, комплексная задача стояла перед шеф-поварами. Они проходили трехступенчатый отбор: тестирование, слепую дегустацию ингредиентов и приготовление блюд.

Официантам досталось испытание не менее интересное. Для начала претендентам предложили принять сложный заказ от большой компании гостей, затем рассказать о подаче

и в заключение пообщаться с Арамом Мнацакановым.

Все было очень динамично и в то же время по-семейному. С улыбкой. Не чувствовалось характерного для большинства отборов и собеседований напряжения и официоза. И такой тон в общении задавали сам Арам Мнацаканов и его сотрудники.

— Очень интересный формат, у нас ничего подобного не происходит, — делится впечатлениями управляющая брянского кафе Mister & Missis Grille Ирина Скляр. — Поэтому мы и проехали такое расстояние — около тысячи километров. Хочу отметить позитив и энергетику. Все молодые и при этом опытные.

Не менее важна, по ее словам, и возможность пообщаться друг с другом.

— Жалко, что время ограничено. Было бы здорово провести хотя бы один день в команде Арама Михайловича, — признается Ирина.

В свою очередь, шеф-повар одного из петербургских ресторанов Виктор Рыбин рассказал, что для него это первый подобный опыт.

— Обычно все банально: приезжаешь, проходишь собеседование с менеджером по персоналу, один на один, и не всегда на кухне. Да, могут что-то показать, но в целом как-то скучно. Здесь иначе. Молодцы! Да, конкуренция чувствуется, видно, что люди по-настоящему работают. Обратил внимание на чистоту на кухне. А что касается самого отбора, то самым непростым испытанием стала слепая дегустация.

Сам Арам Мнацаканов прокомментировал происходившее так:

— Я считаю, что нужно заряжаться энергией от молодых ребят, у которых есть амбиции, желание работать. Важно увидеть новые лица. И подобные события показывают, какое количество хорошей, талантливой молодежи у нас растет. И это всегда очень приятно. И в процессе общения с кандидатами в управляющие я отметил для себя три-четыре персоны, с которыми было бы интересно поговорить один на один.

Так что все было по-честному. И вполне вероятно, кто-то из пришедших на День открытых людей в ресторанах Арама Мнацаканова получил не просто ценный опыт, но и реальный шанс стать частью Probka Family.



Тентовые
конструкции —
любое
решение

СТИЛЬНО



МОБИЛЬНО



НАЛЕЖНО



реклама

(812) 974-64-84

(921) 744-33-98

www.tent-spb.ru

195027, г. Санкт-Петербург,
ул. Дегтярева, д. 2А

Taste of Moscow привлек профессионалов и любителей

В Москве состоялся фестиваль Taste of Moscow. Его посетители смогли по достоинству оценить все разнообразие новых блюд, различные эксклюзивные кулинарные мастер-классы от шеф-поваров лучших ресторанов Москвы, а также развлекательную программу.

Фестиваль Taste впервые прошел в Лондоне в 2005 году и с тех пор занимает достойное место в культурной жизни Великобритании. География фестивалей Taste постоянно расширяется, он проводится уже в 22 городах по всему миру. При этом неизменным флагманом остается уникальный Taste of London.

Организаторами фестиваля Taste of Moscow по традиции стали выставочная компания «Асти Групп» (Россия) и Taste Festivals (Великобритания).

По словам Наринэ Багманян, президента выставочной компании «Асти Групп», когда она впервые посетила лондонский Taste, главным было не просто познакомиться с тем, как такие мероприятия проводятся на Туманном Альбионе, но и подсмотреть что-нибудь особенное. Так или иначе, но госпоже Багманян удалось вместе с командой единомышленников создать проект, который отличается от британского прообраза и уже имеет свой собственный шарм.

— Фестиваль проходит уже четвертый год подряд и с каждым разом становится все масштабнее. Так что пока все хорошо, — рассказывает Наринэ Багманян, которая с самого первого года вкладывает в проект не только собственные средства, но, главное, душу. — Кто-то занимается бизнесом ради денег, а я многие вещи делаю для своего удовольствия — получаю удовольствие от общения с поварами, очень люблю вкусные хорошие рестораны. И, наверное, не будь у меня такого хобби как любовь к еде, я бы этим не занималась.

Кроме того, уважаю людей, увлеченных ресторанным бизнесом.

Мы попросили поделиться мнением о фестивале московского ресторатора Гаяне Бреиову, которая была полноценным участником события, представив два своих ресторана и проведя мастер-класс.

Вот что она сказала:

— Наринэ Багманян — невероятной силы, порядочности и профессионализма человецище! Мы так привыкли за эти четыре дня с утра собираться и ехать со всей командой на фестиваль работать, что нам, при всей жуткой усталости, его будет не хватать! Шеф Тагуи Гараян вообще мне сказала: «Вы идите, а я остаюсь здесь работать». Столько людей посетило фестиваль! Такие открытые гости, готовы слушать и пробовать! Столько друзей, столько бесконечно уважаемых мною шефов я повидала.

Действительно, мероприятие получилось одновременно массовым и профессиональным. О его уровне говорит хотя бы тот факт, что фестиваль посетили многие признанные эксперты российского ресторанного бизнеса. Так, президент ФРиО Игорь Бухаров приехал на Taste of Moscow в день своего рождения. Когда видишь такое отношение со стороны не только горожан, но и профессионального сообщества, понимаешь, почему, говоря о перспективах фестиваля, Наринэ Багманян отметила что надеется на его светлое будущее.

В первый день Taste of Moscow организаторы претветствовали участникам и гостей фестиваля



Тема номера

Как организовать банкет

Стр. 10–23

Доходное дело, или Как организовать банкет

Среди различных источников ощутимой прибыли для ресторана банкеты, пожалуй, уверенно занимают одно из первых мест. Правда, постоянно зарабатывать на этом деньги могут лишь заведения, где все продумано и сделано правильно. Свои рекомендации, проверенные на личном опыте, дали наши эксперты: Андрей Власов, шеф-повар ресторана «Русская рюмочная №1», Илья Еремин, шеф-повар кейтеринговой компании «Идеальный Фуршет», рестораторы Сергей Малаховский (ресторан «Ребра House») и Евгений Никифоров (кафе «Кайзен»).



Андрей Власов,
шеф-повар ресторана
«Русская рюмочная №1»,



Илья Еремин,
шеф-повар кейтеринговой
компания «Идеальный
Фуршет»



Сергей Малаховский,
ресторан «Ребра House»



Евгений Никифоров,
кафе «Кайзен»

Как привлечь потенциальных гостей?

Сегодня в витрине практически каждого кафе и ресторана можно увидеть слова «Свадьбы, юбилеи, банкеты, семейные торжества!». Но вот насколько действенна такая реклама?

— По моим подсчетам, 97% клиентов заходят с вопросами о банкете, увидев наружную рекламу (на улице установили конструкцию, на которой написано, что мы проводим банкеты от 990 рублей на человека), — рассказывает Евгений Никифоров. — Еще 3% — это сарафанное радио и работа с теми, кто уже был гостем нашего кафе.

В свою очередь, Илья Еремин уверен, что раскрутить такую услугу как проведение банкета можно главным образом за счет сарафанного радио.

— Важно также качество блюд и уровень сервиса, — считает он.

Кроме того, по мнению Евгения Никифорова, необходимо заранее готовить будущих гостей к сезону банкетов.

— Крупные компании так и поступают, — говорит ресторатор. — У них сидят люди и обзванивают потенциальных клиентов и тех, кто раньше уже приходил. Мы это делаем в октябре, готовясь, например, к новогодним праздникам.

Правда, для того, чтобы проводить подобные кампании, нужно обладать соответствующей информацией.

— Для этого у любого заведения вне зависимости от количества посадочных мест должны быть свои наработки, база контактов, — уверен Евгений Никифоров. — Она собирается в основном благодаря личному общению с гостями. В то же время, когда есть желание ее расширить, можно пригласить известного ведущего, у которого, как правило, есть своя база контактов. Не секрет, что люди сами ищут таких профессионалов для организации праздника. И если мы говорим о банкетном ресторане, то в этом случае клиенты заведению гарантированы. Ведь если востребованный ведущий «привязан» к какому-то банкетному залу, то заказы будут обязательно. Так что, условно, популярный тамада — это лучший канал рекламы и маркетинга, ведь он постоянно себя продвигает различными способами, в том числе и в соцсетях.

Несколько иной подход предлагает Сергей Малаховский:

— Я привлекаю гостей тем, что использую интернет-каналы — выкладываю меню в соцсети. Люди видят и понимают: они получают рыбный и мясной стол, закуски, горячее и фрукты.

Как продать банкет?

Для того чтобы человек остановил свой выбор именно на вашем заведении, он должен увидеть несколько вариантов банкетного меню. Такого мнения придерживается Евгений Никифоров.

— У меня, например, их пять — от 990 до 2,5 тысячи рублей, — поясняет он. — Когда ко мне заходят с вопросом о банкете, показываю сразу пять разных вариантов. Сразу предлагаю тот, что за 2500 рублей. У человека шок, даже несмотря на то, что в таком меню очень много позиций — понадобится часов пять-шесть, чтобы все это съесть. Потом говорю, что есть и банкет за 990 рублей на персону. Меню простое, позиций в нем мало. Психологический эффект достигнут. Естественно, заказчику не очень хочется выбирать такой вариант. И понятно,

Популярный тамада — это лучший канал рекламы и маркетинга, ведь он постоянно себя продвигает различными способами, в том числе и в соцсетях.



что после этого я предлагаю другой — за 1300 рублей. Он по наполнению лучше, чем самый доступный по деньгам. И тут клиент понимает: можно выбрать меню за 1500 или 1700 рублей. Разница-то не очень большая.

Так что сначала нужно оглушить ценой, потом предложить совсем облегченный вариант, а уж затем человек сам (!) найдет золотую середину. Да, и меню за 990 рублей, и за 2500 соответствуют цене по наполнению. Просто себестоимость у них разная. Например, за 990 рублей предлагаем на горячее белую рыбу или курицу в беконе, на гриле. Да, все красиво и вкусно, но это по-прежнему куриная грудка, а не стейк из свинины или семги, которые есть в других вариантах меню. Они соседствуют с уткой и бараньим окороком на закуску. Это блюдо и подается соответствующим образом, разрезается порционно.

Илья Еремин, основываясь на собственном опыте, полагает, что в идеале принимать заказ по банкету должен лично шеф-повар, дабы обсудить с клиентом все нюансы.

— Причина проста: шеф-повар лучше любого банкет-менеджера может объяснить гостю любые тонкости приготовления и подачи блюд, — поясняет наш эксперт.

А вот Андрей Власов уверен: 50% успеха — в первом впечатлении.

— Необходимо правильно встретить гостя, чтобы человек почувствовал, что в нем заинтересованы, угостить его, дать возможность попробовать блюда, предложить какой-нибудь бонус, например, Welcome от ресторана на банкет, — советует он.

Сергей Малаховский согласился поделиться своими секретами, которые касаются техники продаж:

— Банкетный менеджер в моем ресторане, разговаривая с потенциальным заказчиком, не навязывает самое дорогое меню, а предлагает бюджетный, без изысков, вариант за 1200 рублей на человека, — говорит он. — Клиент изучает предложение, в котором все красиво и вкусно, только нет красной икры, палтуса, лосося, семги с можжевелевым посолом. Но, наблюдая за реакцией гостя, рассказывает о том, чем бюджетный вариант отличается от того, который будет



Банкет нужен сегодня

Сергей Малаховский упомянул интересный современный тренд: гости заказывают банкет впритык по времени. Они не боятся, что не будет места. Знают: можно найти в случае чего другой ресторан. Иногда звонят в среду и бронируют зал под торжество на вечер пятницы. Логика такая: в среду вносим предоплату, сразу же будут сделаны необходимые закупки и уже в пятницу все подадут в свежайшем виде. Сейчас редко приходят заранее, недели за две, чтобы обсудить меню. С кризисом гости стали умнее, сосредоточеннее.

побогаче, попутно объясняя, почему второй вариант дороже. Важно обратиться к логике гостя, аргументировать цену стоимостью продуктов — того же палтуса или красной икры. И в этот момент заказчики уже сами начинают задумываться, и в результате они без нажима со стороны администратора выбирают более дорогое меню. Если же гости в «пограничном состоянии», тогда менеджер вызывает меня и я предлагаю в качестве бонуса за более дорогой выбор подать, например, рыбу, приготовленную по уникальному авторскому рецепту с эксклюзивной подачей в зал с участием шеф-повара...

К тому же, как показывает практика последних двух лет, люди на банкетах куда охотнее платят за знакомые блюда. Раньше я как истинный шеф-повар делал фантазийное банкетное меню.

Хотелось удивить гостей, подарить им феерию. Рыбу фаршировал особым способом, окорок телячий вывозил в зал лично, придумывал разные салаты — с раковыми шейками, с закопченной уткой. Однако сегодня, когда бюджеты на банкеты сократились и они ограничены, гости хотят, не выходя за рамки, вкусно поесть, провести время в комфортных условиях и при этом не ошибиться с кухней. Иными словами, предпочитают заказывать узнаваемые блюда. Сейчас люди за свои деньги не стремятся экспериментировать, желая сделать все как дома, но в ресторане.

Что касается стоимости банкетного меню, то сейчас у меня есть три варианта: 1000, 1200 и 1700 рублей на человека.

Какое заведение может принимать банкеты?

Евгений Никифоров не сомневается: организовывать и проводить торжества способно любое кафе или ресторан, вне зависимости от формата или площади зала.

— Важно, чтобы правильно работала кухня, — рекомендует он. — Конечно, в высокий сезон не всегда удастся принимать банкеты, если зал небольшой.

Конечно, в таких случаях, по его словам, приходится выбирать, что выгоднее, а порой и закрывать заведение, если оно того стоит.

— Не бойтесь потерять постоянных клиентов, если решили закрыть зал, — говорит он. — Все прекрасно понимают, что это бизнес. А в некоторых случаях закрытие зала под мероприятие играет на руку заведению. Возникает эффект недоступности, что только подогревает любопытство и хочется узнать, что же это за заведение такое, в которое просто так не попадешь.

А вот что сказал по этому поводу Илья Еремин:

— Прежде всего, для организации и проведения банкета в ресторане нужны сотрудники, у которых уже есть соответствующий опыт, — считает он. — Работа команды должна быть слаженной. Для начала лучше пригласить стороннего специалиста для того, чтобы он прописал алгоритм работы. Это особенно важно, если раньше

проведением банкетов в ресторане никто не занимался.

А так банкеты можно организовать где угодно. Как показывает практика, можно проводить банкеты даже в лесу, готовя блюда на костре. Иногда бывает так, что есть только нож, разделочная доска, меню и персонал. А дальше действуешь по ситуации. Если чего-то по факту не оказывается, всегда реально найти выход из положения.

В свою очередь, Андрей Власов считает: для организации и проведения банкета на достойном уровне необходимо достаточное количество оборудования и расходных материалов.

— Еще очень важна команда, которая включает в себя грамотный и профессиональный управленческий состав, — считает он. — Я имею в виду шеф-повара, су-шефа, банкетного менеджера и менеджера ресторана.

По мнению Сергея Малаховского, банкет может провести абсолютно любое, даже самое хипстерское, заведение.

— Я это понял, когда, общаясь с представителями крупной корпорации, услышал вопрос: «Чем вы нас можете удивить?» История закончилась тем, что я им, молодым ребятам, не жившим во времена СССР, накрыл банкет в советской стилистике: столы застелил газетой, выставил уже открытые, но аккуратно обработанные консервные банки, сделал бутерброды, приготовил язык с хреном по рецепту той поры, было жаркое, напитки разливались в граненую посуду. Гости были в восторге!

Да, на самом банкете я практически ничего не заработал, потому что дополнительные расходы оказались высокими, но зато подобный опыт позволяет провести фактически любой банкет, в любой стилистике. К тому же это шикарный информационный повод, работающий на имидж ресторана и его услуг.

Кстати, в итоге однажды сделали банкет в собачьем стиле, центральным персонажем которого стал взрослый, одетый во фрак и с бабочкой дог, которого собравшиеся не воспринимали как члена семьи.

Как показывает практика последних двух лет, люди на банкетах куда охотнее платят за знаковые блюда.

Что такое правильное обслуживание на банкете?

Сервис, как не трудно догадаться, должен быть высокого уровня. Как этого добиться? Рецепт прост: чем меньше человек официант одновременно обслуживает, тем качественнее сервис, ведь гостям уделяется больше внимания.

— Высший пилотаж — когда официанта не видно, а он все делает: и посуду убирает, и блюда подает, и напитки разливает, — говорит Евгений Никифоров. — Вот почему когда мы проводим банкеты, то один официант обслуживает десять человек. Часто это один стол. Тогда сервис действительно будет на высоком уровне.

По мнению Ильи Еремина, главное в организации банкета — четкое соблюдение тайминга.

— Если в ресторане при обычном обслуживании еще можно ненадолго задержать блюдо, то на банкете все должно быть четко, — считает он. — Ведь банкет проводится по особым случаям, а потому он должен проходить идеально и ошибки не допустимы.

Для того чтобы обслуживание было на уровне, не обойтись без банкетного оснащения.

— На мой взгляд, для проведения торжества необходимо оборудование для специальных блюд, для подачи и разделки блюда при гостях, — говорит Андрей Власов. — К таковому относятся, например, подогреваемый разделочный стол для мяса, тележка для вывоза торта и т.д.

Какие ошибки допускаются в заведениях при организации банкета?

Отвечая на этот вопрос, Евгений Никифоров рассказал, что видел банкеты на сто человек, которые обслуживались всего двумя официантами.

— В итоге получается не банкет, а настоящий кошмар, — говорит он. — Ведь нужно понимать: один официант должен обслуживать максимум 20 гостей. Это предел!

Порой в ресторанах случаются и трагикомические банкетные истории. Так, в одном из заведений менеджер банкета продал заказчику шикарный торт, а в день торжества кондитер и шеф-повар уехали на романтический уикенд, оставив гостей без десерта.

Андрей Власов в свою очередь отмечает:

— Порой пытаются принять в банкетном зале (в ресторане) количество гостей, значительно превышающее комфортные рамки проведения мероприятия. При этом забывают, что должно быть место и для столов, и для танцев, и для развлекательной программы.

А Илья Еремин вспоминает, что сталкивался с нехваткой оборудования для приготовления блюд по меню, в частности, холодильного оборудования.

— Порой заказы принимаются без предварительного согласования с шеф-поваром, — рассказывает он. — А в итоге возникают ситуации, из которых потом нужно выпутываться.

Сергей Малаховский назвал сразу несколько серьезных промахов при проведении банкетов:

— Первая ошибка — в том, что к столу подается не горячий хлеб, а между тем, он на банкете главный агент влияния. Лучше, если гостям предлагается хлеб свежий, с хрустящей корочкой, который выпекается в ресторане, но можно подать к столу и тот же «Дарницкий» и нарезной батон. Правда, советую их предварительно оживить в печи. Это раскрывает душу гостя.

Вторая ошибка — использование в смешанных салатах майонеза малой жирности. Не стоит полагать, что легкий майонез лучше для гостей, которые, вроде бы, не будут чувствовать тяжести съеденного. Но при этом повара забывают важную деталь: если салат заправить майонезом 30%-ой жирности, он течет. Такое блюдо надо есть в течение получаса. А банкет длится несколько часов. Если на столе остался вкусный салат, он не удержит водянистые компоненты. Поэтому правильно использовать майонезы с жирностью 67–75%.

Третья ошибка — «тяжелое» меню. Нельзя банкетное меню составлять так, чтобы в нем было 2 кг еды. У гостя возникает ощущение, что он переплатил за еду, которая к тому же заветрилась. Да, она может быть тысячу раз вкусной. Однако осадок в душе гостя остается, а еще хуже, если появляется мысль, что его обманули. Вот почему у меня все варианты меню сформированы на 1 кг 100 г и 2 литра напитков. Этого достаточно. И желудок справится.



” Порой заказы принимаются без предварительного согласования с шеф-поваром, — рассказывает Илья Еремин. — А в итоге возникают ситуации, из которых потом нужно выпутываться.

“

Чего не должно быть на банкете

— На банкете не должно быть плохих продуктов, — считает Евгений Никифоров. — Нельзя прогонять через банкет некачественные блюда в попытке сэкономить. Кроме того, недопустим недочет. И в этом смысле важен жесткий контроль. Мы все блюда, будь то салаты или горячее, отдаем через весы. Даже когда я лично не контролирую процесс.

Илья Еремин, в свою очередь, констатирует: во время банкетов в некоторых заведениях не соблюдается тайм-лист.

— Сначала подаются холодные блюда, через десять минут отдается закуска, а еще через пять — горячее, на подготовку которого, допустим, требуется полчаса, — поясняет он. — Почему так происходит? Потому что отсутствует обратная связь кухни.

А вот Сергей Малаховский предложил посмотреть на этот вопрос через призму сервиса:

— Не нужно уделять гостям чрезмерного внимания. Да, официанты должны подать хлеб, холодные блюда, спросить, когда подавать салаты, такие, как, например, цезарь. Не надо выставлять нестойкие блюда в запаре в начале банкета. Они быстро обветриваются. Такую ошибку тоже совершают.

Да, в начале банкета важно, чтобы официанты никуда не уходили, но далее по ходу торжества нужна просто четкость. Не надо следить за гостями, отнимать у них тарелки, на которой человек еще ест, не надо менять тарелки без конца. Это раздражает и стало более распространено и заметно потому, что теперь в заведениях запрещено курить. Что получается? Гость положил, допустим, закуску, вышел покурить, вернулся — а перед ним чистая тарелка. Еще хуже, когда человек возвращается в момент смены тарелки и вообще ее не обнаруживает.

И еще категорически не должно быть остывшего горячего.

Как сформировать положительный имидж заведения

Для того чтобы создать у гостей ощущение праздника на банкете, важна каждая мелочь, в том числе сервировка

Официанту на заметку

Обслуживание банкета — достаточно трудная работа, которая требует некоторых знаний и опыта. Мы взяли несколько рекомендаций у официанта, которые могут быть интересны как новичкам, так и профессионалам.



Юлия, официант.
Опыт работы
на банкетах — 5 лет

Заказчики мероприятия заранее определяют, что им больше подходит: банкет — с полным обслуживанием гостей за столами — или фуршет — с частичным обслуживанием гостей. Мы поговорим о банкете, так как этот вид застолья более распространенный и сложный в обслуживании.

Советы по подготовке банкета:

- 1) Самая распространенная ошибка у официантов при подготовке к банкету — неправильный настил скатертей. Скатерти должны располагаться так, чтобы гость не видел швов и соединений при входе в зал.
- 2) Некоторые официанты пренебрегают подсобным столиком, что очень плохо. В результате когда гость просит принести чистый стакан или ручник, официант бежит все это искать. Это выглядит некрасиво, а самое главное, увеличивает время ожидания гостя. Запомните, на подсобном столике обязательно нужно расположить: нарзанник, дополнительную посуду, которая может потребоваться, ведро со льдом, щипчики для льда, ручки, пепельницы.
- 3) Обязательно заранее подготовьте несколько ваз для цветов, сразу налейте туда воды, чтобы потом сэкономить время. Их, кстати, также можно расположить на подсобном столике.
- 4) Начинать расставлять салаты на стол нужно примерно за 30 минут до прихода гостей. Блюда должны располагаться равномерно, чтобы у каждого гостя был ассортимент закусок.

Советы по обслуживанию банкета:

- 1) При входе гостей в ресторан обязательно помогите им снять верхнюю одежду, приветливо здоровайтесь и улыбайтесь.
- 2) После того как все сели за стол, нужно опросить каждого гостя о напитках. Постарайтесь запомнить, кто что пьет. Чтобы потом не повторяться с вопросами. Лишнее стекло обязательно уберите со стола.
- 3) Не допускайте того, чтобы гости сидели с пустыми тарелками. Раскладывайте салаты и закуски, предварительно озвучив блюдо.
- 4) Запомните, самое удобное время для уборки стола — когда люди встают для того, чтобы выйти покурить или потанцевать. Тогда можно все быстро убрать и не мешать гостям.
- 5) И самое главное, всегда держите свой банкет в поле зрения. Если захотели куда-то отойти, то попросите вашего коллегу присмотреть за столом.

При следовании официантом этим несложным советам вечер гостей сложится гораздо приятнее, а это, конечно же, скажется на ваших чаевых и репутации ресторана.

стола. Не менее значимы посуда и столовые приборы, по словам наших экспертов, они должны быть под стать моменту.

— Если мероприятие проводится на высшем уровне, то, на мой взгляд, нужен фарфор и соответствующие скатерти, а также предметы сервировки, — рекомендует Андрей Власов. — А вот что касается мебели, то все зависит от требований заказчика. Стулья и столы могут быть складные.

Сергей Малаховский отметил другие важные детали:

— Мечта о халяве будет у нашего человека всегда, — говорит он. — Поэтому считаю, что на банкете должен быть неоговоренный бонус. Торт дарить не обязательно. Но нарвать летних цветов, тех же ромашек, либо купить других цветов и ими украсить стол несложно. А еще когда принимаю банкет, пытаюсь выяснить, по какому он поводу, в частности, для того, чтобы узнать любимый цвет заказчика, и потом покупаю такие салфетки. Вроде бы мелочь — а человеку приятно.

Когда речь идет об имидже, вспоминается давно известная прописная истина, говорящая о том, что бизнес делают люди. Именно поэтому важность кадрового вопроса сложно переоценить.

— Все сотрудники должны быть заинтересованы в том, чтобы гости остались довольны, — считает Евгений Никифоров. — Для этого нужна команда, работающая на результат. Чтобы ее собрать,



” На банкете должен быть неоговоренный бонус. “

в заведении, в частности, должна существовать четкая, понятная система премирования персонала. Если она работает, каждый сотрудник будет заинтересован в том, чтобы банкет прошел хорошо.

Кроме того, есть принцип, позволяющий зарабатывать. Он, по словам Евгения Никифорова, формулируется очень просто: нельзя жадничать!

— Мы, например, хлеб не продаем, — объясняет он. Как не берем денег за разбитую во время банкета посуду. И это тоже работает на положительный имидж заведения. Как и то, что мы разрешаем гостям на банкеты весь алкоголь и напитки приносить с собой. Это тоже повышает лояльность гостя. А зарабатываем на еде. Поверьте, мне гораздо выгоднее продать порцию пельменей, чем две порции водки.

Вместо заключения, или Что в сухом остатке?

Ни для кого не секрет, что в нынешней экономической ситуации бюджеты на корпоративные, да и семейные торжества уменьшились, но, по мнению наших экспертов, банкеты как услуга по-прежнему востребованы. А значит, они могут принести прибыль заведению вне зависимости от его формата. Главное — не допускать ошибок и организовать все правильно.

Алексей Журавлев



Банкет: время реванша

Фабрика мебели «Реванш СПб» вот уже 15 лет занимает прочную позицию на российском мебельном рынке. Она специализируется на производстве и продаже металлической мебели различного назначения, в том числе для ресторанов, кафе и баров. Значительную часть ассортимента составляют столы и стулья, без которых сегодня не представить себе ни один банкет, где бы он ни проводился.

При разработке разнообразных моделей конструкторы предусмотрели все нюансы, которые необходимо учитывать, когда речь заходит об организации и проведении праздника. Известно, что практически любое торжество длится не один час, а поэтому важно, чтобы гость чувствовал себя максимально комфортно.

Именно по этой причине все банкетные стулья имеют мягкое сиденье и спинку, расположенные под оптимальным углом по отношению друг к другу. Выпускается модельный ряд стульев с подлокотниками, что делает их еще более удобными.

В то же время все банкетные стулья, изготовленные на фабрике «Реванш СПб», имеют лаконичный стильный дизайн; они отличаются элегантной сдержанностью и гармонично впишутся в интерьер любого стиля. Есть возможность изготовления по эскизу заказчика. Для производства стульев применяются только лучшие отечественные и импортные материалы, отвечающие всем санитарно-эпидемиологическим требованиям.

Но главное все модели банкетных стульев постоянно, и что особенно важно, успешно проходят испытание в условиях реальных, а не вымышленных банкетов. Поэтому разработаны с учетом специфики их использования. Иными словами, обладают необходимым запасом прочности и износостойкости, рассчитаны на гостей с разной конституцией и темпераментом, а также легко штабелируются и занимают в таком виде минимум места.

Все это в полной мере относится и к мебели, которую фабрика «Реванш СПб» изготавливает специально для кейтеринговых компаний, будь то складные стулья или столы, которые могут в зависимости от пожеланий заказчика иметь рабочую поверхность разных размеров — от 700 × 700 до 1200 × 800 мм.

Словом, время банкетов с «Реванш СПб» будет самым настоящим праздником для ресторатора.

8-800-555-02-89

Бесплатный звонок по России

www.revansh-plus.ru

e-mail: revansh95@mail.ru



реклама

Кейтеринг как успешный бизнес



Лето для кейтеринга — жаркая пора в прямом и переносном смысле. Для ресторанов он может стать источником постоянной прибыли, если все организовать правильно. Как именно? На этот вопрос отвечает Кирилл Погодин, ведущий российский эксперт в данной сфере, учредитель премии «Кейтеринг года», создатель программы аккредитации профессиональных кейтерингов, автор нескольких книг о кейтеринге, вице-президент Федерации рестораторов и отельеров по вопросам кейтеринга.

Меня нередко спрашивают, что нужно для того, чтобы на площадке ресторан выездного обслуживания работал нормально? Отвечу так: прежде всего, необходима определенная площадь подсобных помещений. Когда ее недостаточно, работать плохо, неудобно, трудно и получается не так идеально, как хотелось бы. И если говорить о площади, то минимум — это 0,2 кв. метра на каждого гостя. Таким образом, для обслуживания ста гостей нам хватит двадцатиметровой комнаты, а если мероприятие на тысячу гостей, то для подсобки необходим зал в 200 метров.

Кроме того, кейтеринговая компания всегда попросит по возможности предоставить ей помимо подсобного два запираемых помещения. Одно — для хранения алкоголя, другое — для хранения личных вещей персонала. Тема воровства по-прежнему очень актуальна. Хотя об этом и не принято говорить. Дело в том, что в кейтеринге работает персонал, который привлекается со стороны. Бывает так, что люди вышли на банкет сегодня, а потом уже либо не появились никогда, либо вернулись, например, через полгода. Иными словами, есть те, кто за работу не держится, ничего не боится и иногда совершает неблагоприятные поступки.

Также хорошо, если сотрудникам кейтеринговой компании предоставлен отдельный санузел, дабы они не ходили туда же, куда и гости.

Если говорить о технических моментах, то здорово, если подсобное помещение обладает достаточными электрическими мощностями для обеспечения работы оборудования кейтеринга. Какие-то конкретные цифры не назову, поскольку все зависит от того, что и зачем нужно.

Но надо понимать, что кейтеринг никогда не готовит с нуля. На площадку привозятся ингредиенты и блюда, доведенные до высокой степени

готовности. На месте все это только доготавливается, порционируется и сервируется.

Серьезная банкетная служба привозит с собой пароконвектоматы и, естественно, хочет сделать горячие блюда уже на площадке. Так они получатся действительно вкусными. Правда, в таком случае нужно опять-таки обеспечить электрические мощности.

Хорошо, если есть водопровод, даже несмотря на то, что кейтеринговые компании никогда не моют посуду на месте, как это делается в традиционном ресторане (привозится чистая посуда, а увозится грязная). Вода в подсобном помещении нужна для удобства работы поваров — для того чтобы вымыть руки или сполоснуть рабочий инвентарь, тот же нож, скажем.

Прекрасно, когда на площадке предусмотрена возможность сброса жидких отходов и вывоза мусора. Понадобится также оборудование для охлаждения напитков. Если его нет, то потребуется дополнительное электричество, чтобы подключить привезенную технику.

Правда, кейтеринг способен работать и в том случае, когда ничего из вышеперечисленного на площадке нет. Мусор, в том числе жидкие отходы, кейтеринговая служба готова увезти с собой, вместо холодильного и морозильного оборудования в его отсутствие используется лед. Даже без электричества можно обойтись. Просто горячие напитки будут из термосов, а блюда не из пароконвектомата, а из термобоксов, и т.д. Техника, заменяющая водопровод, привозится с собой, как и клетки для хранения алкоголя и личных вещей персонала, если на месте нет запираемых помещений. А вот когда нет подсобной площади, то кейтеринг ее «захватывает», занимая любое свободное пространство в помещении. Да, чем комфортнее условия, тем лучше. Однако кейтеринговая служба всегда исходит из того, что есть.

Если ресторан сам хочет организовывать выездное обслуживание, для этого необходимо, прежде всего, понять, что кейтеринг — это другой бизнес. Его невозможно строить так же, как и работу ресторана.

Если ресторан сам хочет организовывать выездное обслуживание, для этого необходимо, прежде всего, понять, что кейтеринг — это другой бизнес. Его невозможно строить так же, как и работу ресторана.

Ресторан — процессный бизнес, кейтеринг — проектный. В ресторане персонал — постоянные расходы, а в кейтеринге — переменные, и т.д. Если же рассматривать частности, то скажу, что у ресторана уже многое есть для развития кейтерингового направления: производственные площади, оборудование, опыт работы, персонал, есть практика обслуживания пусть даже небольших мероприятий.

Что потребуется? Если мы говорим о системном подходе, то точно нужно будет выделить для работы человека, и очень скоро ему, вероятнее всего, понадобятся сотрудники.

Предстоит также приобрести все необходимое для выезда: оборудование, мебель, текстиль, посуду, предметы сервировки. Причина проста: забрать все это из ресторана нельзя. Зато плюс кейтеринга в том, что заведение начинает зарабатывать вне своих стен, на площадях, за аренду которых оно не платит. Правда, для хранения перечисленного имущества потребуется площадь. Если говорить об обслуживании выездных мероприятий с количеством гостей свыше 50–100, то велика вероятность, что мощностей имеющегося в ресторане холодильного оборудования может не хватить. А значит, в перспективе придется подумать о том, какого объема холодильники и морозильники придется добавить, чтобы нормально справляться с объемом работы. Понятно, что потребуется подумать над ассортиментом. Ведь многое из того, что предлагает стационарный ресторан, неприемлемо в выездном формате. И вообще я бы не рекомендовал рестораторам в выездном варианте предлагать свое традиционное меню. По позициям его не продашь, да и цены должны быть другими. Иначе у гостя возникнут резонные вопросы по поводу стоимости блюд. Причем в выездном формате ассортимент должен быть в разы больше. Ведь если однажды клиент уже попробовал 20–30 блюд банкетного или фуршетного меню, в следующий раз, обратившись снова, он захочет увидеть другие 20–30 блюд. В этом ничего страшного нет. Просто тех же картофельных гарниров, например, у выездной банкетной службы должно быть сразу десять

вариантов, а не один, как в традиционном ресторане.

Конечно, важно учиться этому бизнесу для того, чтобы понять, что и как делать, дабы не прошибать стены своей головой. За 20 лет активного развития отрасли многое пройдено и проверено. Поэтому тратить время на изобретение велосипеда не стоит.

Наверняка возникнет вопрос об объемах инвестиций в развитие кейтерингового направления. Но однозначного ответа на него нет. Если речь о мероприятиях, допустим, на 50 человек — это одни вложения, может быть, и вообще никаких. Если цель — заниматься банкетами, условно, на 300 гостей, суммы другие. Когда в планах обслуживание масштабных событий — на 1000–2000 участников, — третья история. Вложения будут всегда пропорциональны количеству гостей, которых мы захотим обслужить. В немалой степени на объемы инвестиций влияет и целевая аудитория для услуги. Экономичный кейтеринг требует гораздо меньших вложений, нежели премиальный, класса люкс.

Кроме того, любой ресторатор, входящий на рынок кейтеринга, всегда хочет начать деятельность с комфортных для себя объемов. Если в заведении, скажем, сто посадочных мест, то его владелец или управляющий осознает, что такое закрыться под банкет с таким количеством гостей. Сделать все то же самое, но в выездном формате, будет несколько сложнее. Однако в любом случае это понятная задача. Естественно, он не замахивается на более серьезные проекты, рассчитывая работать и в выездном формате в привычных, комфортных условиях. Но со временем приходит запрос на организацию банкета, допустим, для 115 человек. Ресторатор не отказывается, понимая: где 100, там и 115 гостей. Потом поступает заявка уже на 140 персон...

К чему я все это рассказываю? Начиная заниматься кейтерингом, даже представляя границы возможного для своего ресторана, при поступлении заказа, превышающего данные лимиты, вы как предприниматель скорее всего не сможете от него отказаться. Следует отдавать себе в этом отчет. Словом,

На данный момент у кейтеринга есть все предпосылки для успеха. Ведь этот бизнес, проектный. Развивается по сути только в крупных городах. И Россия в этом смысле — идеальная страна.



будете обречены на постоянное развитие и рост объемов. Таковы законы жизни. Вот и выходит, что кейтеринг часто требует умеренных вложений на начальном этапе и реинвестирования прибыли в развитие уже в процессе работы, когда появляются новые задачи. Ведь можно начать с малого и постепенно вырасти. Конечно, представители московского премиального кейтеринга могут сказать, что для вхождения необходим миллион евро. Но это позиция компаний, которые обслуживают банкеты на 1000 гостей. Но реально начать деятельность, вложив в бизнес от 2 млн до 4 млн рублей и поначалу обслуживая мероприятия на 50–100 человек. Да, в итоге может получиться, что лет через десять вложения действительно составят сумму в 1 млн евро. Но только это не разовые инвестиции, а периодические, из прибыли бизнеса, чем кейтеринг и прекрасен. Он позволяет развивать существующий ресторанный бизнес и получать дополнительные продажи.

Так было в любые кризисные времена. То же происходит и сегодня. И это правильно. Ведь в благополучные периоды прибыли хватает, а сейчас реалии заставляют думать о смежных вариантах.

И на данный момент у кейтеринга есть все предпосылки для успеха. Ведь этот бизнес развивается по сути только в крупных городах. И Россия в этом смысле — идеальная страна, поскольку по количеству таковых с ней могут сравниться только США. При этом кейтеринговых компаний практически нет в городах с населением менее 500 тысяч человек. Там, где эта цифра выше, зарождается рынок услуг, появляются три-четыре игрока, возникает хоть какая-то конкуренция, что всегда хорошо, поскольку это стимул для роста. К тому же конкуренция заставляет искать и находить преимущества перед коллегами по бизнесу. Пока же большинство компаний, работающих в данной сфере, практически не отличаются друг от друга.

Так что разговоры о существовании конкурентного рынка я бы не принимал всерьез. На самом деле поле для деятельности и возможности для развития есть.

Записал Алексей Журавлев

Настройся на лето — создай свое мороженое!

Долгожданное лето пришло в Северную столицу, а вместе с ним вырос спрос на мороженое и охлажденные десерты. Хотите ввести в свой ассортимент настоящее итальянское джелато? Фруктовые и ягодные сорбеты? Предложить гостям своего заведения мороженое с разнообразными вкусами и наполнителями?

На современном рынке в данный момент очень много предложений по оборудованию для производства мягкого мороженого, в том числе можно найти и недорогие китайские модели. А вот для производства хорошего твердого пломбира и сорбета вариантов недостаточно, не говоря уже о том, что цена такого оборудования высокая, да и сроки поставки большие.

На этом фоне достойно выглядит предложение фабрики GELITA, расположенной в Словакии. Сохраняя все традиции итальянского мороженого, фабрика предлагает оборудование с более демократичной стоимостью, нежели у конкурентов, и с меньшими сроками поставки.

Основное преимущество оборудования торговой марки GELITA — это компактность, надежность и универсальность. Что это дает? Вам не потребуется несколько единиц техники для производства мороженого. Вполне достаточно всего одной машины. Принцип ее работы заключается в том, что в ней вы и нагреваете массу до нужного уровня, используя верхний вертикальный танк, и быстро



Ксения Галкина,
проект-менеджер
ООО «ТМ проект»

ее охлаждаете до необходимой температуры, используя нижний горизонтальный танк со специальной мешалкой. При этом удастся избежать промежуточных перегрузок, что обеспечивает высокую степень гигиеничности процесса, а также большую производительность (от 30 до 120 л готового продукта в час). И все это — при минимуме занимаемой площади (менее 1 кв. метра) и легкости эксплуатации. И та, и другая характеристики выгодно отличают данное оборудование от аналогичной техники, представленной на рынке. Более того, машина способна работать в круглосуточном режиме, семь дней в неделю, без остановок и пауз. Это обеспечивает стабильное бесперебойное производство. Простая эргономичная и надежная панель управления доступна для персонала любой квалификации и опыта.

Используя машины GELITA, изготавливать мороженое возможно по-разному. Первый вариант — производить его с помощью специальных баз и ингредиентов, которые широко представлены на российском рынке в разном ценовом диапазоне. Второй вариант — делать мороженое из натуральных продуктов, а именно из молока, сахара, фруктов и всего того, что пожелает ваша фантазия. В любом случае на выходе получается продукт высочайшего качества и к тому же всегда одинаковый, что важно, особенно в сетевом формате.



HoReCa **ТЕХНОЛОГИИ** Retail **ОБОРУДОВАНИЕ** iFood



ООО «ТМ проект»
г. Санкт-Петербург
196084, Московский пр., 89
тел.: (812) 327-93-35
(812) 327-18-48

www.tmprojectgroup.com

КОМПЛЕКСНОЕ ОСНАЩЕНИЕ ОБОРУДОВАНИЕМ

- | | | |
|---|------------------------------------|---------------------------------|
| 1 Технологическое проектирование | 3 Производство оборудования | 5 Сервисное обслуживание |
| 2 Технологический консалтинг | 4 Инжиниринг | 6 Логистика |

Компания «ТМ проект» предлагает эффективные решения по комплексному оснащению оборудованием, обеспечению инженерными услугами и сервисной поддержке предприятий торговли, общественного питания и пищевых производств.

Банкеты и как на них заработать

С приходом солнечных дней любой город превращается в свадебный. Огромное количество ресторанов и банкетных залов предлагают свои услуги. Каждый стремится сделать свое предложение по проведению мероприятий выгодным, привлекательным, эксклюзивным для клиента.

Мы расскажем, что необходимо учитывать в банкетном зале и какие есть возможности по привлечению гостя. Основное отличие от стандартного ресторанного управления в том, что менеджер зала работает с гостем (заказчиком) «от и до». Менеджер занимается показом зала, составлением банкетного меню.

Преимуществом ресторана будет предоставление клиенту возможности самостоятельно составить меню из перечня блюд. В системе автоматизации следует предусмотреть опцию выбора из общего или рекомендованного списка блюда, интересные для клиента. Система должна автоматически увеличивать количество блюд в соответствии с количеством гостей, рассчитывать цену как среднюю на человека, так и общую по банкету. Если стоит задача уложиться в определенную сумму, то интерактивное составление меню поможет подобрать оптимальный вариант.

Необходимо иметь возможность корректировать рецептуру блюд. Допустим, клиент хочет салат по определенному рецепту, который ранее не использовался в вашем заведении. Сделайте «уникальный рецепт». Данное блюдо должно оставаться в истории системы для возможности дальнейшего использования как пример. Его всегда можно использовать при повторном обращении постоянного клиента, соответственно



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

система должна «знать гостя» — сохранять данные его заказа. При определенной стоимости банкетного меню стоит учесть бонусы, система всегда должна подсказать возможные скидки.

Любимая акция «банкетеров» — заказ на определенную сумму, что даст массу бесплатных предложений: от оформления зала до печати приглашений на банкет. Наличие этих опций в системе дает возможность увеличивать средний счет ненавязчиво.

В системе автоматизации для банкетных залов от ГК ККС присутствуют специализированные модули для работы менеджеров банкетных залов, с отчетами, по загрузке зала, по клиентам и т. д. Руководитель может сформировать отчет по воронке продаж каждого менеджера, что позволяет определить продуктивность работы.

Для работы с клиентом есть удобные функции, позволяющие создавать персональное меню, с дополнительными услугами, с учетом времени и количества гостей, а также сохранять историю заказов, создавать статистические отчеты по средней цене на человека за период, считать себестоимость всего меню, меню-раскладки, для дозаказа продуктов у поставщиков и т. д.

Все это позволяет грамотно обрабатывать заказы, быстро и качественно обслуживать клиентов и оказывать эксклюзивные услуги для гостей. Различные системы лояльности, включенные в систему автоматизации, позволяют привлечь дополнительный поток гостей. А системы мотивации сотрудников помогают оценить работу каждого сотрудника предприятия. Управленческий учет —

КОМПЛЕКСНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ И СЕРВИСНАЯ ПОДДЕРЖКА РЕСТОРАНОВ И ФАСТФУДА

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**

ГРУППА КОМПАНИЙ
ККС
Воплощая идеи в реальность
www.ccrs.ru, www.econcept.ru

С.-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А +7(812) 240-08-21 commerce@spb.ccrs.ru

Москва, ул. Гостиничная, д. 9 +7(495) 786-21-10 com@ccrs.ru

Сочи +7(862) 266-87-88

Минск +3(7517) 321-11-32

Симферополь +7(978) 024-49-04

Киев +3(8044) 351-17-75

Новосибирск +7(383) 347-98-89

Алма-Ата +7(727) 311-38-96

IT для ресторанного бизнеса

Рубрику ведет компания «ЮСИЭС СПб» (UCS SPb)

Открываем лето с R-Keeper!

Бюджетные и эффективные решения для сезонных кафе

Летние веранды и сезонные проекты — это прекрасный источник дохода. Они способны не только расширить круг постоянных посетителей, но и привлечь новых клиентов, главным образом, иностранных гостей и туристов. Однако чтобы добиться значимых результатов, организовать работу такого предприятия необходимо должным образом.

Планшетная станция — минимальные вложения, максимальный результат!

В мае этого года компания UCS выпустила на рынок новинку, которая идеально подходит для автоматизации летних площадок. Кассовая станция R-Keeper на планшете позволяет не только экономить пространство, но и бюджет.

Станции оснащаются антивандальным металлическим корпусом, что делает устройства более комфортными в использовании и надежно защищает их от неаккуратного обращения и кражи.

Для реализации решения выбраны планшеты на базе ОС Windows, таким образом, пользователям доступен полный функционал системы R-Keeper. Фискальный регистратор, принтер и другие периферийные устройства подключаются с помощью трех USB-портов. Передача данных производится по каналам Ethernet, Wifi и 3G.

Мобильный официант на Android — качественный сервис при небольших затратах

Открытые веранды — это дополнительная территория, которая также требует технического оснащения, чтобы обслуживать гостей на высшем уровне. В отсутствие специальных гаджетов официанты вынуждены записывать заказ в блокнот, потом направляться к кассовой станции и вносить



Территория R-Keeper — 41 000 объектов в 47 странах мира.



Систему R-Keeper выбрали: Burger King, Subway, KFC, Burgerim, Cinnabon, Wendy's, Country Chicken, T.G.I. Friday's, Nathan's Famous, Woker, «Техас Чикен», «Папа Джонс», «Росинтер», «Казань-Арена», «Шоколадница» и многие другие.

заказ вручную, из-за чего существенно увеличивается время приготовления и ожидания блюд. Кроме того, при большой загруженности заведения не исключены ошибки, которые могут привести к неприятным конфликтным ситуациям, плохо влияющим на лояльность посетителей.

Увеличить оборачиваемость столов поможет технология «Мобильный официант». Она позволяет принимать заказ непосредственно у столика быстро и безошибочно, в то время как вся информация немедленно поступает на кухню.

Минимальные системные требования к устройствам:

- операционная система: Android 4.4.4;
- дисплей: 5 дюймов;
- разрешение: 1280x720, 1920x1080;
- оперативная память: 1 ГБ;
- батарея: 3000 мАч;
- процессор: ядер 4, кеш 1 МБ, частота 1200 МГц;
- графический процессор: Mali-400.



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

✉ info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru

Хватит тратить 40 часов в месяц на накладные!



DocsInBox

Леонид Комиссаров,
совладелец компании Open Service

Начнем с нескольких вопросов:

1. Часто ли ваш калькулятор делает вам АБЦ-анализ продаж и закупок?
2. Знает ли ваш калькулятор те самые 10–15 товаров, которые генерируют 50% фудкоста в деньгах?
3. Анализирует ли ваш калькулятор изменение себестоимости каждого блюда в течение месяца?
4. Выдает ли ваш калькулятор советы управляющему на тему того, как сократить фудкост?

Если хотя бы на два из этих вопросов вы ответили положительно, дальше можно не читать. Эта статья не для вас.

Согласно данным компании по автоматизации ресторанов Open Service, распределение рабочего времени калькулятора выглядит в среднем таким образом.

Общие трудозатраты на складской учет в месяц — 80 часов. Из них 40 часов приходится на введение первичных документов. 30 часов на разбор инвентаризаций и их коррективку. И 10 часов на анализ данных, формирование отчетов, составление рекомендаций по оптимизации фудкоста.



Мы предлагаем другой подход к этому процессу. С помощью системы DocsInBox можно получать в iiko все приходные накладные от поставщиков в электронном виде автоматически. А применив iikoKitchen, можно перенести формирование большей части внутренних документов (актов списаний, перемещений и инвентаризаций) на су-шефов, барменов, администраторов. Таким образом, освобождается 50% рабочего времени калькулятора. Освободившееся время можно направить на те самые четыре вопроса в начале статьи.

Как работает DocsInBox:

1. Поставщик отправляет накладные в DocsInBox удобным ему способом.
2. В ресторане ответственный за приемку открывает накладную с планшета или

телефона и делает приемку по количеству. Если в накладной есть алкоголь, то данные в ЕГАИС отправляются автоматически.

3. Калькулятор получает принятую накладную и проверяет, правильно ли сопоставилась номенклатура (в первый раз нужно будет выбрать соответствие между номенклатурой поставщика и iiko).
4. Накладная отправляется в iiko.

Стоит это удовольствие всего 4900 в месяц с одного ресторана. На данный момент в Санкт-Петербурге к DocsInBox подключены все алкогольные поставщики и 50 поставщиков упаковки и продуктов. Присоединяйтесь!

Всем, кто прочитал эту статью, мы дарим два месяца сервиса в подарок. Для получения подарка сообщите промокод «Медиавыбор».

8(800) 555-96-79
docsinbox.ru





**Дмитрий Левицкий:
«Делай так, чтобы было круто, или не делай никак!
Посредственно выполненная работа выбешивает!»**

У него много сторонников и последователей. Но не меньше и тех, кто критикует каждый его шаг или идею, не особенно стесняясь в выражениях. Он один из успешных и известных рестораторов, создающих тренды в современной индустрии гостеприимства. Он собирает аншлаги на семинарах и вдохновляет команду и коллег на проведение такого масштабного события как Gastreet. Одни его любят, другие относятся с нескрываемым презрением. Впрочем, такова участь всех талантливых и неординарных людей. Самое время познакомиться с основателем Hurma Management Group поближе и попробовать разобраться, кто он — Дмитрий Левицкий. Человек, с которым мы сразу, словно старые друзья, не сговариваясь, перешли на ты.

— *Дима, расскажи, как послать все куда подальше и с головой уйти в ресторанный бизнес?*

» Надо просто принять решение (смеется). Принять решение заниматься тем, чем тебе хочется, сделать шаг к мечте, поменять свою жизнь. Для этого необходима предпринимательская смелость, которой, к сожалению, немногие, видимо, обладают.

— *А чем ты занимался до того момента?*

» Я работал в абсолютно разных областях, по большей части в розничной торговле: на АЗС «ТНК», в «Техносиле» и еще в нескольких компаниях. Но так или иначе, был связан со сферой обслуживания. Всегда чувствовал тягу к ней. В свое время даже успел потрудиться барменом. В общем, чем бы ни занимался, в моей работе всегда присутствовала составляющая сервиса и контакт непосредственно с клиентами. А к собственному бизнесу в этой сфере я пришел только к 30 годам.

— *Тогда уже представлял, что и как хочешь сделать?*

» Знаешь, да. Барменский опыт поменял мою жизнь коренным образом. Решив подработать, я действительно отпахал барменом год или около того. Было это в 1998-ом, когда попал на работу в очень хороший ресторан TGI Friday's. Как раз тот момент, когда «Росинтер» только-только купил франшизу этого заведения

Проекты под управлением Hurma Management Group:

* Четыре заведения «Дорогая, я перезвоню...» плюс три по франчайзингу

Количество посадочных мест: в среднем 120–150

Средний чек: около 1000–1500 рублей

* Meat Puppets Bar & Meatarea

Количество посадочных мест: 200

Средний чек: 1500 рублей

* Fcking Craft Pub

Количество посадочных мест: 50

Средний чек: 1000 рублей

* Ресторан ВИ'Н'ВУД

Количество посадочных мест: 60

Средний чек: 1500 рублей

* Speakeasy bar 'Take it easy, darling ...'

Количество посадочных мест: 30 посадок

Средний чек: 1000 рублей

на Россию и СНГ. Оно создавалось как визитная карточка сети: на Красной площади, в «Манеж Молле». Там собралась сильная команда. И, будучи абсолютно зеленым, не зная, что такое ресторанный бизнес, я попал в руки очень хороших менеджеров, окунулся в воодушевляющую атмосферу стартапа. Так что я стал частью ресторана в момент, когда он активно развивался, все работали на большом энтузиазме, и ушел оттуда с ощущением драйва, задора, с пониманием, что такое очень правильная команда и качественное управление. И для меня это на долгие годы стало своеобразным ориентиром. Даже когда мы с друзьями ходили в разные заведения, то всегда вспоминали бар, в котором я когда-то работал, где было круто и весело, а бармены все как один — красавчики (улыбается).

Да, будучи только барменом, я не знал, как сделать такое заведение, но картинка идеального бара у меня в голове сложилась, и, видимо, к ней я и шел.

— Отличалась ли она от того, с чем ты столкнулся в действительности? Сразу ли удалось получить то, чего хотел?

» Знаешь, сразу получилось так, как задумывали. Я не говорю о том, что мы строили клон Friday's. Просто та картина, которую стремились воссоздать, по сути, и получилась. И в этом, наверное, и заключалась причина нашего первоначального успеха, еще с баром «Куклы Пистолеты», который открывали в кризис 2008-го, когда все вокруг рушилось, и все охали и ахали, а мы как-то сумели сразу выдать продукт приличного качества, по крайней мере, для ресторанного рынка того времени. Потом постепенно, шаг за шагом, добились того, чего хотели. Понятно, что сложности возникали и многому приходилось учиться по ходу, но в целом тот бар, с той атмосферой, о которой я мечтал, нам удалось сделать сразу. Хотя это больше не моя заслуга, а ребят, мне помогавших. Картинка-то у меня сложилась, но, не имея управленческого опыта в ресторанном бизнесе, я бы никогда не смог такой проект



» **Барменский опыт поменял мою жизнь коренным образом.** «

в одиночку реализовать. Поэтому благодаря моим партнерам — Лене Сухиной и Гоше Карпенко, открывавшим вместе со мной первые «Куклы», эту картинку удалось воплотить в жизнь.

— А другой формат не рассматривался?

» Мы изначально открывали именно бар, как и хотели. Более того, не просчитывали заранее, что открыть эффективнее или выгоднее. Повторюсь, речь шла именно о баре, и только о нем. Кстати, с той поры я так и действую. Мы никогда



не ведем точный расчет, не думаем, что сейчас экономически выгоднее, что в тренде, а просто открываем то, что хочется открыть, и надеемся, что проект принесет нам денег, понравится не только нам самим, но и будущим гостям.

— Кажется, сейчас мы подорвали устои ресторанного бизнеса... Более того, глядя со стороны на проекты твои и твоей команды, возникает ощущение, что каждый шаг, каждое решение просчитано и выверено до мельчайших деталей.

Интерьер
«Мясных марионеток» соответствует концепции места

А оказывается, надо просто ловить кайф от того, что делаешь!

» Так оно и есть. Не могу сказать, что данная модель универсальна, и не берусь ее всем рекомендовать. Скажу больше: если бы я был более расчетливым как бизнесмен, более заточенным на цифры, то гораздо больше думал бы о том, что надо открывать и что нужно делать. Но я действительно уже много-много лет не делаю ничего того, от чего я не получаю удовольствия. Вот такая у меня жизненная философия, которая, похоже, выработалась сама





О рестораторе

Дмитрий Левицкий родился 17 мая 1976 года в Москве. Окончил Высшую школу экономики. Еще будучи студентом, пришел в ресторанный бизнес на позицию бармена в T.G.I. Friday's.

Спустя некоторое время почти на десять лет поменял сферу деятельности. В его послужном списке — различные бизнес-структуры, работа в ритейле.

Генеральный директор компании HURMA Management Group, управляющей несколькими ресторанами в Москве. Совладелец четырех ресторанов.

С 2002 года занимается консультированием в сфере ресторанного бизнеса.

собой с годами. Если я не получаю удовольствия от того, чем занимаюсь, то просто не могу этим заниматься. А реализация проекта просто ради денег теряет для меня всякий смысл. Возможно, у меня какое-то неправильное отношение к деньгам, но, подводя промежуточные итоги своей жизнедеятельности, а совсем скоро мне сорокет, я понимаю, что, занимаясь самостоятельным бизнесом много лет, наверное, мог стать более

богатым человеком, если бы больше думал о деньгах, а не о получении удовольствия. Но, с другой стороны, не зря же говорят, что, если делаешь то, от чего кайфуешь, то это уже нельзя назвать работой. Действительно, я давно не работаю, в традиционном смысле слова, не занимаюсь делами, которые мне не нравятся.

К тому же позиция генерального директора — хорошая возможность для решения вопросов и управления процессами, которые не очень близки, приглашать гораздо более талантливых и способных людей, получающих гораздо больше удовольствия от того, что занимаются вещами, которыми ты заниматься не любишь и не хочешь тратить на них время.

Большое преимущество руководителя в том, что можно обеспечить себе максимально комфортные условия для работы и заниматься только тем, что тебе нравится.

— *Дима, одни рестораторы считают, что лучше сделать одно, максимум два заведения, но хорошо, другие уверены: надо обязательно создавать сеть. В какой момент ты принял решение, что будет не один бар «Дорогая, я перезвоню...», а несколько?*

» На самом деле такого решения никто не принимал. Да, были «Куклы Пистолеты», которые мы сейчас, через семь лет их жизни, переделали в «Мясные марионетки» (Meat Puppets Bar & Meatarea) — пространство one-door community, а есть сеть «Дорогая, я перезвоню...». Ей уже шесть лет. И ресторан ВИ'Н'ВУД. Вот и все наши проекты. Мы-то как раз стоим на позиции нераспыления сил. Только теперь запускаем проект в Сочи, с немного другой историей. Я спокойно, без восторгов, отношусь к тому, что ресторанные холдинги штампуют заведения пачками. Да, порой это происходит успешно, хотя бы с точки зрения финансов. Признаться, иногда у нас тоже случаются размышления на тему поэта и поэзии.

Иногда спрашиваю себя, почему мы не набираем крейсерскую скорость и не открываем по три-четыре проекта в год? Что нам мешает? Инвесторы у нас есть, да и финансы под такие

проекты мы, при большом желании, полагаю, найти сможем. Но честно скажу: не моя это история. Приведу такой пример: когда мы открывали «Мясные марионетки», параллельно с нами открывались «Рыбы нету» Новикова и «Воронеж» Александра Раппопорта. Понятно, что и категории заведений разные, и гости, и компании, но было желание посмотреть, как пойдут дела у коллег, а и тот, и другой после этого уже успели открыть еще по два ресторана. Примеряя ситуацию на себя, внутренне задаю вопрос: как так? Я же не сделал в «Мясных марионетках» и половины того, что задумал! А люди уже дважды головой переключились на новые проекты. Признаться, я так не умею.

— *Да, но при этом ты думаешь над каждым вбитым гвоздем...*

» Так оно и есть. Но тот же Александр Раппопорт действительно талантливый человек, раз он при всей своей занятости успевает реализовывать успешные, громкие, яркие проекты... Но я когда-то уже говорил, что ресторанный бизнес можно сравнить с кино, где есть блокбастеры, которые делаются дорого, с большим количеством спецэффектов, в них принимают участие известные актеры. И такой фильм собирает серьезную кассу. Но он часто выходит на один-два сезона. А затем нужен новый блокбастер, который будет также коммерчески успешен. В то же время есть и другое кино, которое вряд ли заработает столько же денег, но его будут смотреть и через пять, и через десять лет. У такого кино своя дорога и судьба. Я все-таки, наверное, блокбастеры делать не умею, а может, и умею, но не пробовал. Да и голова в этом направлении не работает. Каждый свой проект мы вынашиваем, выдумываем, что-то в него вкладываем. В тот момент, когда мы сами перестаем относиться к нему как к собственному делу, именно как к настоящему делу, для меня такой проект умирает. Тогда я его вообще перестаю понимать.

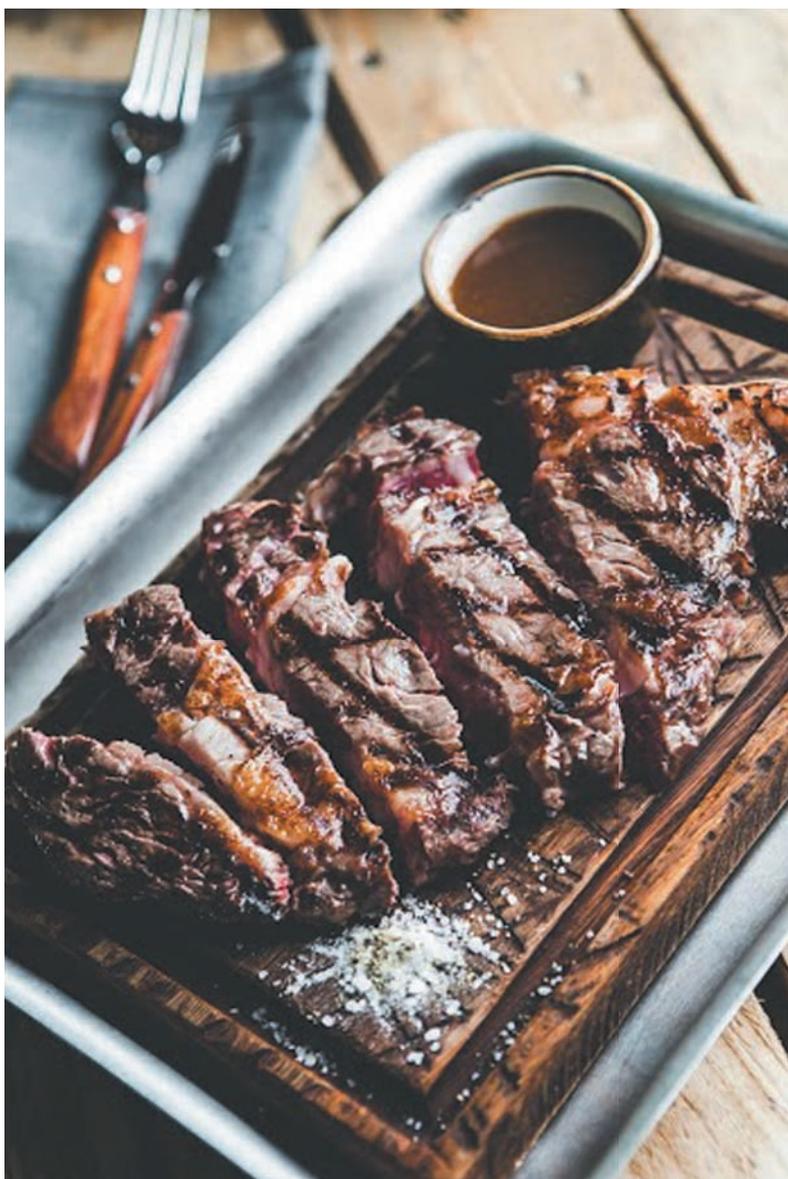
— *Дима, кто гости твоих ресторанов?*

» Это абсолютно разные люди. Даже в сети «Дорогая,

Вкус и красивая подача — два слагаемых продаваемого коктейля

я перезвоню...». Мы как раз недавно это обсуждали. У каждого из четырех заведений в Москве своя публика. С чем это связано, мне сложно сказать. Но на Маяковке публика постарше. Это, условно говоря, менеджеры среднего звена. В Китай-городе больше современной молодежи, в частности, тех, кто причисляет себя к хипстерам. «Дорогая...» на Павлецкой находится рядом с Российским экономическим университетом имени Плеханова. Она не то чтобы студенческая (тем более мы тем, кто моложе 21 года, не наливаем алкогольные напитки), но стала своего рода карманной для «Плешки». Тем местом, вокруг которого формируется своя аудитория, в том числе выпускники этого ВУЗа. В «Дорогой...» на Пятницкой собирается более респектабельная публика. Для меня это





тоже загадка. Ведь формат один, цены те же, меню одинаковое. С другой стороны, бар — это всегда комьюнити, в котором люди тянутся друг к другу. Общность существует, и каждый выбирает для себя, какая «Дорогая...» ему ближе. Что касается «Мясных марионеток», в них совсем разная публика, ведь это все-таки ресторанная история, «мясное пространство», и туда приходят абсолютно разные люди, разношерстная публика, много и россиян, и иностранцев. И причесть такую аудиторию по большому счету не получается.

— *О твоих ресторанах уже ходят легенды. Их все чаще рассматривают в качестве бизнес-кейсов на различных профессиональных семинарах, как пример интересной кадровой политики и нестандартного подхода*

Подача стейка тоже является элементом выбранного стиля заведения

к подбору кадров. Дружеский стиль общения в команде, когда все на равных — осознанная позиция? И где набрать столько людей с одинаковыми взглядами на жизнь? Не секрет, что сегодня Hurma Management — это бренд, который в профессиональной среде ассоциируется с определенной манерой поведения, с эмоциональной и внутренней свободой. Hurma узнаваема, так же, как и управляемые ею рестораны.

» Да, все так. И приятно слышать, что усилия заметны, а не только являются нашими внутренними ощущениями и критериями оценки. Ведь мы действительно серьезно занимаемся персоналом.

В свое время, уже в «Куклах Пистолетах», мы — Лена Сухина, Гоша Карпенко и я — сформулировали для себя определенные принципы, формирующие понятие «наш человек» или «наш чувак», и понимание того, кто он. Это так называемые краугольные камни Hurma Management.

Со временем в команде стало больше людей, в том числе менеджеров на разных уровнях, и мы постарались сформулировать определенные правила, условно назвав их «Что же такое человек Hurma management». Это и есть наши краугольные камни. Их три.

Первое правило: если что-то делаешь, делай это на 100%. Иными словами, это внутреннее желание человека сделать офигительно (что бы ты ни делал, нужно сделать так, чтобы все обалдели от того, как ты это делаешь). И неважно, что это будет — рекрутинговое агентство Hurma, Gastreet или работа официанта. Делай это так, чтобы было круто, или не делай никак! Посредственно выполненная работа выбешивает! И это не вопрос контроля со стороны руководства или наказания за плохо выполненную работу. Это то, что либо есть в человеке, либо нет. У него должно быть внутреннее желание сделать это офигенно!

Второе правило: оставайся самим собой. Умение человека оставаться самим собой, а не играть социальные роли, не пытаться подстраиваться под ситуацию, вне зависимости от того, даешь ли ты интервью, общаешься с инвесторами или, скажем,

выступаешь на телевидении или общаешься с гостями в ресторане. Где бы я ни был, я всегда разговариваю одинаково. Я везде такой, какой есть. Для нашей страны это не очень типичная ситуация, ведь у нас люди привыкли играть те или иные социальные роли. Да, нужно быть внутренне достаточно смелым человеком для того, чтобы оставаться собой в любой ситуации.

Третье правило: *Work hard and Have fun!* («Работай много и получай от этого удовольствие!») Это тоже момент, не свойственный для нашей страны и российского менталитета. Но, поверьте, нам нравится работать. Если ты на своем месте, делаешь, то, что нравится, тогда большое количество работы тебя не расстраивает, а наоборот радует и бодрит. Тебе по душе, когда все пашут, в ресторане запара и полно народа. Ты в такой ситуации не унываешь, а подзаряжаешься. И на всех интервью с претендентами на вакансию мы ищем людей, которые разделяют наши ценности. И если это есть — остальное приложится. Человек может стать частью команды в широком смысле слова. Так работаем мы сами и таких же людей ищем и находим. Или пытаемся подобное отношение к делу у человека сформировать.

— То есть ты за делегирование полномочий и отсутствие жесткого контроля сверху?

» Да, иначе бы все эти истории про работу с персоналом так и остались пустыми разговорами. Я, наоборот, делегирую полномочий больше, чем надо. Иногда ловлю себя на мысли, что надо бы строже контролировать сотрудников, больше вникать в происходящее. Да, все люди совершают ошибки, но любой человек, любой менеджер, любой сотрудник нашей компании может раскрыться, если ему дается свобода. Только тогда он начинает парить, кайфовать от того, что делает. Правда, для этого человек должен быть подходящий. Ведь есть те, кто лишь ждет инструкций и распоряжений, но их мы не особо жалуем и такие люди у нас не приживаются, по крайней мере, на каких-то серьезных позициях. А вот когда сотрудникам

» Я, наоборот, делегирую полномочий больше, чем надо. «

предоставляешь свободу, они от этого кайфуют, и неважно, что при этом совершают ошибки.

— Дима, сколько времени ты проводишь в ресторане?

» Только совсем недавно мы задумались, почему у нас нет никакого офиса. Ни у кого из тех, кто управляет Hurma Management, нет собственного кабинета. Вся наша работа происходит в ресторанах. Не существует центрального офиса Hurma management. Да у нас и народа-то не так много. В каждом нашем ресторане у меня есть уголок, в котором я занимаюсь делами, когда туда приезжаю. То есть если я в Москве и сообщую, что иду на работу, это означает, что еду в один из наших ресторанов и там провожу день.

— Опиши концепцию своих заведений. Расскажи о ее сути.

» На самом деле вопрос непростой. По большому счету концепция ресторана — это тема отдельного семинара. Но глобально это ответ на два вопроса: кто твои гости и зачем они к тебе должны прийти. Нельзя быть заведением для всех и надо понимать, что люди посещают ресторан с разными целями. Банальный ответ «поесть» не всегда годится. Можно прийти, чтобы провести время с друзьями или для встречи с девушкой, или для того чтобы вкусно поесть, или для того чтобы поесть быстро, или чтобы поесть недорого... Нужно выбрать что-то одно, то, ради чего гости приходят именно к тебе. Тогда формируется и меню, и стоимость блюд, и плей-лист для музыкального сопровождения. Мы все это подробно расписываем на бумаге. Соответственно, если мы говорим о «Дорогой...», то это, в первую очередь, бар для встреч с друзьями. На тот случай, когда хочется пойти куда-нибудь, что называется, посидеть и хорошо провести вечер. В этом специфика формата и отличие бара от ресторана. Бар — место, куда приходят отдохнуть в комфортной обстановке. Да, там должны быть вкусные напитки и еда, адекватный ценник, но в «Дорогую...» приходят, повторюсь, когда

хотят хорошо провести время. И это то, что мы продаем.

— На твой взгляд, может ли сегодня быть успешным заведение без концепции?

» Страна у нас большая, и ситуация в городах разная. В Москве, где рынок насыщенный, оставаться успешным заведением, не имея концепции, уже тяжело. Я думаю, и в Питере ситуация такая же. А потому открыть что-то невнятное, но успешное, ни там, ни там практически невозможно. Ведь так или иначе, придя, гость отвечает себе на вопрос: почему я выбрал именно это место. Да, раньше существовали антиконцептуальные, на мой взгляд, места: пицца-суши-кальян-дискотека, где все было свалено в кучу. Они находились в проходных местах, на главных улицах. Это были своего рода пылесосы, вряд ли имевшие свою стабильную, постоянную аудиторию. Подобные заведения просто удобно располагались. Но сейчас я вижу, что и на главных улицах подобные заведения потихонечку закрываются. И таких мест становится все меньше и меньше. Их сменяют проекты с более четкими, внятными концепциями. Да, может быть, не всегда успешные. Но одно то, что мы все-таки дошли до таких историй, как, например, бургерная, хинкальная, — шаг вперед, даже несмотря на то, что это, зачастую, делается на весьма среднем уровне. Но все-таки это попытка самоопределения.

— Какие ошибки, влияющие в итоге на судьбу заведения, допускают рестораторы?

» Здесь можно привести столько разных примеров. И однозначного ответа я не дам. Есть, допустим, места с посредственной едой, но при этом за счет пиара или интерьера они считаются и являются модными. Владельцы их вытаскивают благодаря этой популярности. Есть места, в которых еда лучше, но люди не умеют заниматься маркетингом. Но, если делать некое обобщение, высказывая собственную точку зрения, то отвечу так: мы всегда считаем, что работаем в индустрии гостеприимства,

» *Если ты умеешь слушать и действительно гостеприимный хозяин, то найдешь возможность вытащить свой ресторан.*

“

а не в общепите. Поэтому хорошая еда и напитки — это часть общего понятия гостеприимства по отношению к гостям, которые к тебе приходят. Поэтому, на мой взгляд, для ресторана отсутствие гостеприимства не может перекрыть ничто другое. Если ты действительно ждешь гостей, хочешь сделать их пребывание в своем заведении приятным, это главное. Все остальное доработает. А уже после общения с гостями поймешь, в чем, например, нужно доводить кухню или отдельные блюда. Гости все тебе сами расскажут. Если ты умеешь слушать и действительно гостеприимный хозяин, то найдешь возможность вытащить свой ресторан, даже если сейчас он не так «качает», как должен. А вот невнимание и безразличие к гостям (совсем не обязательно хамство) может сослужить дурную службу заведению и стать фатальной ошибкой. Даже если выполняются стандарты, неплохая еда и напитки. Да, можно проехать на пиаре, модности и популярности. Но долго точно не протянешь.

— Главное твоё качество как человека?

— Вот это вопрос... Даже не знаю, какое из них выбрать главным. Все-таки, наверное, это умение оставаться самим собой в любой ситуации. Умение быть тем, кто ты есть, и не пытаться что-то строить из себя. Тогда, как мне кажется, можно добиться успеха. Да, возможно, не станешь миллионером, но умение оставаться собой в итоге наполняет твою жизнь гораздо большим смыслом, а каждый твой день сутью, а не игрой во что-то ради денег.

— Какова формула успеха Дмитрия Левицкого?

» (Смеется.) Как ответить на такой вопрос? Я сам себе его порой задаю. Почему все так получилось, как получилось? Честно говоря, я не знаю. Мне до сих пор кажется, что ничего эдакого, сверхъестественного ни я, ни вся наша команда не делаем. Просто так в этой жизни сложилось, что то, что я умею, мои жизненные принципы, правила и установки

привели к результату, который сейчас все видят. Спасибо моим родителям! Вот они, наверное, знают формулу успеха (*улыбается*). С одной стороны, все складывается из деталей и принятия мелких решений в большом количестве. С другой стороны, это общефилософский жизненный посыл. Что выросло, то выросло. Слава Богу! И спасибо маме и всем вокруг, что так все получилось.

— *Судя по той теплоте, с которой ты говоришь о родителях, время на них остается...*

» К сожалению, не так много, как хотелось бы, учитывая то, что они живут в Подмосковье. Если встречаемся раз в две недели, уже хорошо. Привожу к ним внуков.

— *Твоя любимая книга?*

» Сейчас перешел на аудиокниги. Но в свое время читал запоем бизнес-литературу, книги по психологии. Буквально проглатывал издания, посвященные истории создания крупных корпораций, таких, как McDonalds, Starbucks. Они же не столько про технологию построения бизнеса, сколько про их видение, смелость и нежелание мириться с окружающим миром, про желание сделать что-то, чего не делал никто. Любимые книжки — те, что посвящены историям успеха крупных корпораций.

А сейчас читаю американскую литературу по управлению баром. Да, есть разница между российской и американской барной культурой, но в этой книге написано, что бары сыграли важную роль в истории Америки. В частности, знаменитый билль о правах сочинялся чуть ли не за барной стойкой... Там бары вплетены в историю страны. Признаюсь, всегда любил книги вдохновляющие, те, что открывают горизонты.

— *Три желания Дмитрия Левицкого?*

» Если говорить про чисто человеческие желания, они такие же, как и у всех: счастье и здоровью близких, ценнее которого ничего нет. Хотелось бы, чтобы два моих сына, одному из которых сейчас 8, а другому 10,



Продуманная сервировка стола создает соответствующее настроение

нашли себя и реализовались в жизни, в наше непростое время прошли все этапы взросления без потерь. А если говорить о бизнесе, то хотел бы, чтобы он развивался, а популяция людей Nurma росла. Потому что я вижу, насколько людям круто работать в нашей компании. Здорово, когда правильные люди находят свое место и кайфуют от этого, раскрываются как личности, получают удовольствие и от процесса, и от результата своей работы, и от общения друг с другом. И очень хотелось бы, чтобы таких людей было больше.

Беседовал Алексей Журавлев

Дмитрий Серов: «Ресторанный бизнес чертовски сложный, но именно этим он и нравится»

Испокон веков считалось, что если хочешь добиться чего-то серьезного в жизни, в бизнесе, надо ехать в Москву. Там и перспектив больше, и рубль длиннее. А когда удалось забраться на вершину, мало кто меняет привычный уклад. Наоборот в свое время поступили два друга, Дмитрий Серов и Константин Кулешов, решив в какой-то момент начать все с чистого листа, сменив столицу на глухую деревню. Шаг непростой, особенно если тебе за тридцать, ты успешен и востребован.

Но не зря ведь говорят, что талантливый человек талантлив во всем. За каких-то два с половиной года в условиях экономического кризиса они создали не просто процветающий бизнес, а известный бренд Old Boys, объединяющий в себе разноплановые производства, гостиничный и ресторанный проекты.

— *Дмитрий, почему все-таки уехали из Первопрестольной?*

» Когда созрело такое решение, у нас с женой был маленький ребенок. Понимали, что жизнь в Москве не для нас. Правда, мы и до этого всегда думали, что надо уезжать из мегаполиса, искали подходящее место. Мы не коренные москвичи, хотя и прожили в столице достаточно долго. Примерно шестнадцать лет. В 2002 году купили землю в горном селе в Медовеевке. Правда, переехали не сразу, поначалу работа не отпускала. А Константин так и до сих пор живет на два города.

Начали с того, что переехали и сделали ремонт в старом доме 1928 года постройки, полностью его реставрировали, я нашел работу в Красной Поляне. Моя супруга Кристина занималась производством натуральной косметики и потихоньку этот



Дмитрий Серов,
ресторатор,
совладелец Old
Boys Pub

бизнес у нас развивался. Теперь есть бренд — «Краснополянская косметика» — это то, что делает моя жена. Позже к нам стало приезжать много друзей. И очень скоро старый дом перестал вмещать всех желающих. Вот тогда и возникла идея открыть в Медовеевке гостиницу и гастрономический паб. В итоге мы вместе с Константином, который на тот момент почти к нам перебрался, реализовали задуманное.

— *С чего начали?*

» Изначально думали построить несколько гостевых домиков. Но потом решили строить многоэтажное здание необычной формы, такое, чтобы каждый номер был со своей террасой, а внизу бы размещался небольшой ресторанчик. Решили строить экоотель. Идея была не применять синтетические материалы, а создавать его из полностью природных материалов. Несущий каркас сделали деревянный, стены утеплили прессованными тюками соломы, паро- и противопожарный барьер выполняет пятисантиметровый слой штукатурки из глины. Мысль показалась интересной, и мы ее воплотили в жизнь. Практически сразу и ресторан, и отель стали

Как строился Old Boys Guest House





пользоваться спросом. Это заметили инвесторы и предложили нам совместно открыть другие рестораны. Каждый проект, который мы сделали после Медовеевки, уникален и отличается от остальных. Более того, уже сейчас у нас немало оригинальных идей. Неизменен подход: все должно быть сделано качественно.

— Много вы вложили в первый проект?

» В общей сложности 12 млн рублей. В такую сумму нам обошлось здание «под ключ», которое мы, кстати, строили своими силами. Признаюсь, пришлось максимально экономить, буквально на всем. Ведь строили на собственные деньги, вплоть до того, что на последние, и даже на заемные. В результате получился большой объект, по рыночной цене стоящий гораздо дороже. Сейчас все кредиты вернули. Но на тот момент с нашей стороны это был достаточно рискованный шаг, ведь не знали, будет проект успешным или нет.

— Сколько ушло времени на реализацию задуманного?

» Год и два месяца мы строились и полтора года работаем. За это время у «Медовеевки» появились подбренды: мед Honey House, варенье Jam Factory, хлеб, который печем сами и оптом продаем в локальные магазины. Сейчас запускаем новый проект — производство сыровяленого и копченого мяса, вот-вот начнет работать пивоварня «Плато 1170» на 8 тысяч литров в месяц.

Old Boys Guest House в зимний период

— Почему вдруг, если так все удачно складывается в Медовеевке, вы решили спуститься с гор и заняться традиционными ресторанными проектами? Связано ли это только с интересом со стороны инвесторов?

» Нам важно развиваться, двигаться вперед, а не стоять на месте. Появляются любопытные предложения, для нас это новые задачи, которые нам интересно решать.

— Зачем?

» Мы считаем, что если на рынке есть ниша, которая никак не заполнена, и есть понимание, что можно сделать качественный продукт, который принесет тебе доход, а людям пользу, этим стоит заняться.

— Дмитрий, сколько у вас сейчас заведений?

» Гастропаб и гостевой дом Old Boys в Медовеевке, а также ресторан «Груша» в горной олимпийской деревне Роза Хутор — в собственности, а в управлении — ресторан «Пирс» в Сочи.

— Существует ли для вас такое понятие как сезонность бизнеса?

» Да, конечно. Но для нас сезонность — мотивация к движению и развитию. Так, например, сейчас мы «Грушу» полностью перестраиваем на работу в летнее время. Знаем, что у нас будут совершенно другие гости, для которых нужно составить отличное от нынешнего меню. Кроме того, нужна иная скорость обслуживания, цены, то есть абсолютно все другое.

— Почему так?

» «Летние» люди отличаются от «зимних». У них абсолютно другой бюджет для отдыха. В частности, немало приезжает тех, кто бесплатно приезжает в санатории, и у них нет больших денег, которые они были бы готовы потратить в ресторане. Поэтому мы вводим, скажем, комплексные обеды за 350 рублей. Но таких гостей много, и мы за счет этого выживаем. Наша главная задача на лето даже не заработать, а сохранить команду. Важно, чтобы нам было с чего платить сотрудникам зарплату.

— *Ваш приход в ресторанный бизнес — это счастливый случай или закономерность?*

» Скорее, первое. Ведь все началось с идеи, когда-то родившейся на кухне. Помню, как Костя варил рульки в пиве и к нам в этот момент приехали друзья, попробовали приготовленное блюдо и спросили нас: а почему бы вам не сделать все то же самое в формате ресторана?

— *Говорят, что с друзьями не работают, а вы с Константином опровергаете этот постулат уже 18 лет...*

» Конечно, можно поссориться и с другом. И будет жаль, что так произошло. Но ведь точно так же можно поссориться и с партнером по бизнесу или с инвестором, который не является твоим другом. С любым человеком, и не важно, кем он тебе приходится.

— *Если вернуться на два с половиной года назад, поступили бы иначе?*

» Из Москвы однозначно переехали бы. Если говорить

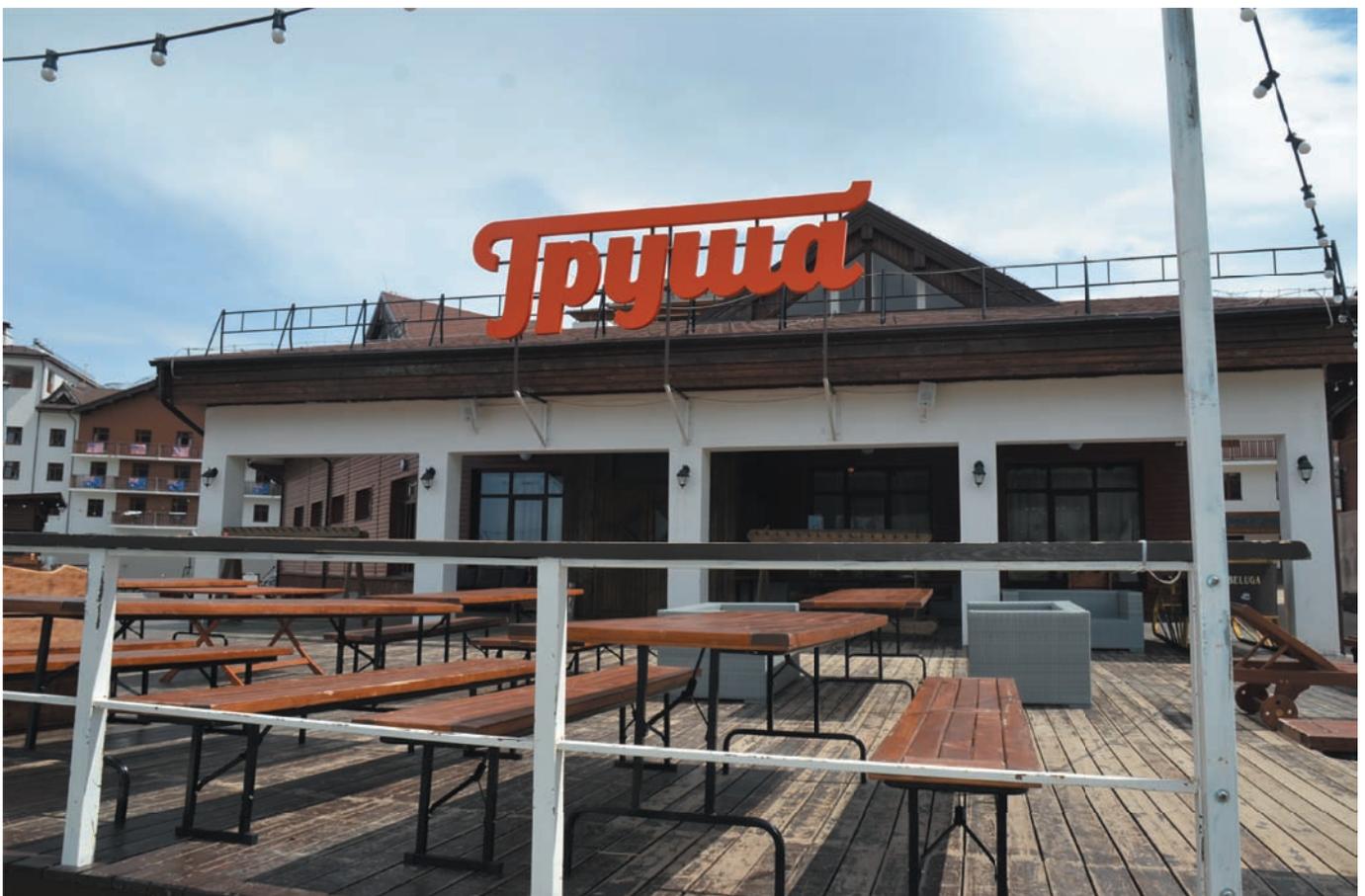
Ресторан «Груша» за короткое время успел стать одним из самых популярных в Сочи

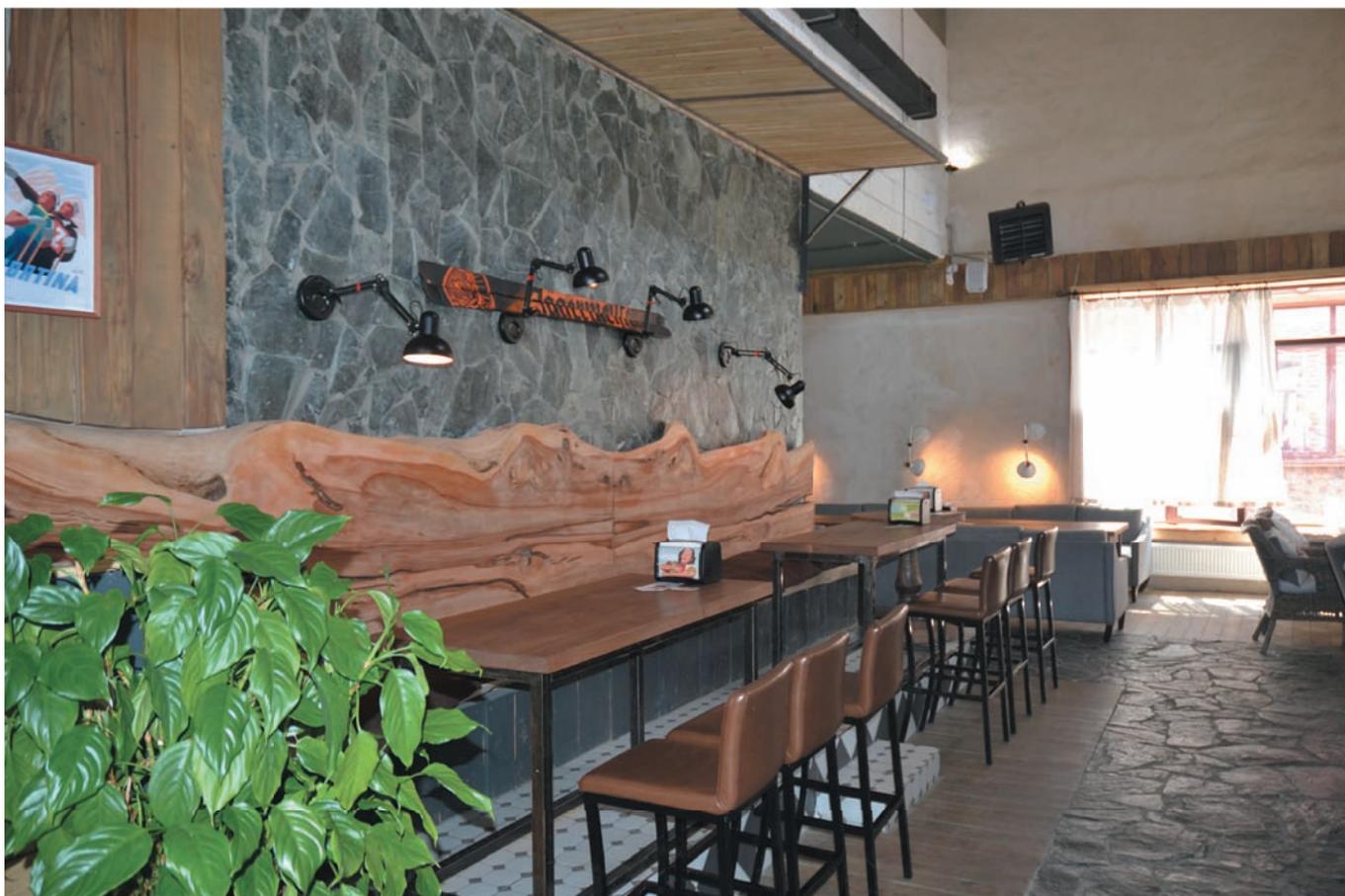
о ресторанном бизнесе, то иногда мне кажется, что не стали бы им заниматься, а иногда совсем наоборот. Ведь это чертовски сложный бизнес. Но, наверное, именно этим он мне и нравится. Я обожаю производить продукт, а вот перепродажей заниматься не люблю. А ресторан — суперпроизводство! Меню — это ассортимент, а ингредиенты — это продукты, которые ты покупаешь. И от каждого ингредиента зависит, что в итоге получится. Да, в локальном производстве занято мало людей, вне зависимости от того, что делаешь — коптишь ли мясо или изготавливаешь косметику. А ресторан — это сотни человек, задействованных в процессе.

— *Сколько сотрудников работает в ваших проектах?*

» На данный момент их 124.

— *Серьезно. И это при том, что ни у вас, ни у Константина опыта в ресторанной сфере раньше не было. Не боялись начинать незнакомое дело?*





» Соответствующего опыта мы действительно не имели. Я по образованию экономист, а Константин — строитель. Просто изначально думали, что создадим маленький семейный бизнес, когда каждый выполняет определенную работу. Но вся наша команда нам очень помогает. В ней есть люди, которые намного умнее и опытнее нас в ресторанном деле. В итоге сложилась суперкоманда. Достаточно просто задать правильный вектор, а люди, профессионалы, реализуют задуманное.

— *Откуда у экономиста и строителя столько креатива?*

» Что касается меня, то экономистом я стал по воле родителей. В результате, поняв, что это не мое, я вуз не закончил. По сути, начал работать с 18 лет, сначала в издательском доме BURDA, в качестве журналиста и рекламщика. Естественно, в процессе я многому научился у коллег, матерых специалистов, серьезных людей. Тогда мы создавали первый большой молодежный интернет-портал Cool Web. Потом меня позвали развивать бренд

Зал ресторана «Груша» создан с таким расчетом, чтобы в нем было удобно и быстро выпить чашку кофе и пообедать не торопясь.

спортивной одежды, со временем возникла идея создать собственную линейку одежды. Мы успешно реализовали план. Когда проект перестал существовать, я, кстати, и принял решение о переезде в Красную Поляну, где нашел работу опять же менеджера, с нуля организовал производство бань, а уже после этого ушел в ресторанный бизнес.

— *У вас сегодня столько успешных и таких разных проектов. Не возникает желания сказать себе: хватит, пора остановиться?*

» Иногда хочется это сделать. Да, бывают такие минуты слабости, когда устал или дела идут не так, как задумывал. Когда происходит пробуксовка, которая расстраивает. Из-за нее не видишь смысла что-то делать. Более того, когда проекты получаются масштабными настолько, что ты уже не в состоянии контролировать процессы. От этого порой становится грустно. Но потом выходит солнце, и тогда все снова складывается. Подключается команда. А если в ней появляется новый человек, то он вдыхает в проект свою

энергию. В принципе, ради этого мы и работаем.

— **Насколько известно, у вас команда практически не меняется. В чем секрет?**

» Мы уважаем каждого человека как личность. У нас нет такого понятия как линейный персонал или просто персонал. У нас есть люди, которые нас окружают, и мы все в одинаковой степени зависим друг от друга. Я, например, завишу от того, как работает управляющий любого из наших ресторанов или повар. От их настроения. Они, в свою очередь, зависят от наших замыслов, от того, что мы придумали, например, чтобы без потерь прожить лето и сохранить команду.

— **То есть ваша с Константином задача...**

» Найти идею, дать ей толчок для развития, запустить. Яркий пример — летняя программа для ресторана «Груша». Долго думал, кого к ней подключить. Искал кандидата, но ничего не получалось. И вдруг, совершенно случайно, когда провел переговоры с турфирмами, собрал своеобразный пазл, приходит человек и говорит, что хочет работать в нашей команде. Предложил ей заняться именно летней программой. Она согласилась, признавшись, правда, что не имеет соответствующего опыта. И теперь у нее все выходит идеально. Так что сейчас у нас лето расписано не только по числам, но и по часам.

— **Иными словами, успешными проекты делают люди?**

» Совершенно верно.

— **Дмитрий, как вы думаете, ресторанный бизнес — это все-таки бизнес или нет?**

» Иногда я это называю меценатством (улыбается). Ведь мы говорим о серьезных оборотах, о том, что вращаются большие деньги, об огромном штате сотрудников с солидными зарплатами. А КПД мизерное. Поверьте, можно заниматься любым другим бизнесом, и КПД будет выше. А тут приходится впахивать.

Да, зарабатываешь деньги, но коэффициент полезного действия низкий. В любом случае, ресторанный бизнес — это интересно. К тому же в нашей ситуации он кормит 124 человека и их семьи, кормит мою семью, покрываются расходы на закупки продуктов и т.д. А еще мы поддерживаем местных фермеров и виноделов, приобретая производимую ими продукцию, рассказывая о ней через соцсети.

— **Что было самым сложным для вас, когда стартовали со своими проектами?**

» Зависимость от других людей. Иными словами, когда у тебя есть огромная команда, от которой ты зависишь. А первое время, не имея соответствующего опыта, брали на работу порой тех, кто в итоге воровал, обманывал и даже предавал, что было достаточно тяжело. Но потом мы обросли очень сильными профессионалами, и они стали для нас сегодня своеобразным щитом.

— **Есть ли у вас собственные принципы ведения бизнеса?**

» Честность и прозрачность. Мы никогда не будем использовать химию, разрыхлители, дешевое вино для глинтвейна. Когда меня спрашивают о качестве блюд в наших ресторанах, отвечаю: «Мои дети туда приходят и едят». Для меня это самый важный показатель. Знаете, у нас даже был проект в формате стритфуд. Так вот, я мог с легким сердцем

Мелкие элементы интерьера создают атмосферу ресторана



отправить туда на обед своих маленьких детей, которым пять и семь лет. Был абсолютно уверен в высоком качестве того, что они съедят.

— В чем самая большая сложность для современного ресторатора?

» Я, например, столкнулся с тем, что люди не разбираются в еде. Они не чувствуют вкуса фермерского мяса, им безразлично, на каких яйцах замешано тесто, из какой оно муки. Им неважно, что ты ради нее поднял пол-России на уши, чтобы ее найти. Гости привыкли ориентироваться на чужое мнение. Если им какой-то авторитетный человек сказал: в этом ресторане готовят вкусно, они будут повторять за ним. И наоборот. А своего мнения люди не могут сформулировать. Возможно, им просто не хватает опыта, чтобы разбираться в еде.

— А как же кризис, о котором постоянно говорят?

» Отвечу так: чем выше курс доллара, тем лучше нам — местным производителям (улыбается). Потому что с кризисом продукты, которые мы производим, — варенье, мед, мясо — стали пользоваться спросом. По косметике он вырос. Представляете? Ингредиенты, используемые для ее производства, тоже подорожали. Но за счет роста интереса к российскому продукту вырос оборот, и появилась возможность развиваться дальше. Поэтому могу утверждать: кризис однозначно на руку российским производителям.

Внешний облик ресторана «Пирс» соответствует концепции курортного заведения



«Просели» только те, кто зарабатывал на перепродажах.

— Сколько в вашем успехе процентов удачи, а сколько труда?

» Думаю, 100% труда. Удачей здесь и не пахнет. Вспоминаю пройденный путь. Бессонные ночи, работу 24 часа в сутки. Так что я уверен: наш успех — это труд. Хочу еще сказать: не верьте в какие-то слагаемые успеха. Все получается только благодаря труду. Надо много работать, не спать, не отдыхать, не есть. И только так ты добьешься чего-то. Раньше, когда я читал книги, написанные людьми, преуспевшими в бизнесе, не понимал, что они имеют в виду, говоря про труд. Однако получилось так, что вся моя жизнь с 18 лет — это труд, участвовал в различных проектах и всегда думал, а получится ли у меня создать свое дело? Получал знания, знакомился с людьми в процессе работы. И вот теперь достиг результатов.

— От каких ошибок вы бы предостерегли начинающих рестораторов?

» Никогда нельзя делать все согласно правилам. Допустим, ты видишь, что продукт перспективный, а расчеты, аналитика и окружающие убеждают, что никому это не надо. Но если веришь сам, обязательно делай, как подсказывает сердце. И тогда все получится. Помню, как друзья и знакомые, жители села, наблюдая за нашим строительством в Медовевке, крутили пальцем у виска и говорили: «Что вы делаете! Вы сумасшедшие, зарываете деньги в землю!» А в итоге мы добились успеха. И сейчас приходят инвесторы и строят рядом с нами. Словом, важно верить. Верить и трудиться.

— Кроме работы, на что еще остается время?

» Я увлекаюсь сноубордом. Серьезно занимаюсь мотоспортом. Это позволяет мне не ездить в отпуск.

— Дмитрий, что такое счастье?

» Счастье — это делать дело, которое тебе нравится и которое у тебя получается. Так что я счастлив.

Беседовал Алексей Журавлев



WorldFood UFI Approved Event
Moscow

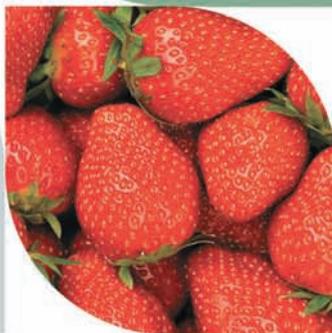
25-я Международная выставка
продуктов питания

12-15 сентября 2016

Москва, ЦВК «Экспоцентр»



www.world-food.ru



Организатор
Группа компаний ITE
+7 (499) 750-08-28
worldfood@ite-expo.ru

Получите бесплатный электронный
билет, указав промо-код

wfm16pESYY



Ресторанный бизнес в сложные времена: что делать?

На фоне всеобщей паники из-за кризиса, санкций, эмбарго и войн ресторанный бизнес оживился: регулярно происходят открытия и закрытия проектов. Предприниматели из различных сфер бизнеса проявляют большую активность в секторе HoReCa. Скорее всего, действует общее убеждение — люди есть будут всегда. Появляется много новых игроков на рынке. Чаще стали закрываться старые заведения и еще чаще новые.



Евгений Никифоров, консультант, владелец ресторана выездного обслуживания «Идеальный Фуршет» и кафе «Кайзен» (Санкт-Петербург)

Авантюристы и мечтатели

Появляется немало авантюристов, открывающих интересные проекты, и, конечно же, мечтатели — самые отчаянные рестораторы, которые оказываются самым слабым звеном в ресторанном бизнесе. Они открывают рестораны, о которых всю жизнь мечтали, не думая о том, что кроме них самих такие заведения никому не нужны.

И тут начинается самое интересное. Очень много проектов сейчас стоит на продаже, цены зашкаливают, меняя представления о том, сколько стоит ресторан или кафе. Каждый неудавшийся ресторатор как будто думает, что продает курицу, несущую золотые яйца, не обращая внимания на то, что объект может быть убыточным. Отсюда и ползут нелепые слухи о кризисе, по причине которого рестораны закрываются.

Для кого кризис, а для кого прекрасная возможность расширить свою компанию и пополнить активы, увеличивая количество собственных заведений. Например, я владелец кафе «Кайзен» в Петербурге на Петроградской стороне. Оно стоит на пути движения туристов, гостей города. Соответственно, у него высокий сезон летом и в праздники, а низкий сезон осенью и зимой. В данной ситуации

логично открыть еще один ресторан в спальном районе, где сезонность иная, диаметрально противоположная, и, таким образом, взаимно компенсировать низкую сезонность одного объекта другим. Движение на рынке купли-продажи ресторанного бизнеса сейчас мощнейшее, и в таких условиях очень выгодно покупать готовые проекты.

Что дает диагностика ресторана

Выгода заключается в том, что можно купить готовое кафе или ресторан ниже первоначальной стоимости аж в несколько раз. Я сам за последний год приобрел для себя и для своих клиентов несколько объектов по очень выгодной цене. Например, некоторое время назад мы с партнером выкупили кафе по цене в четыре раза ниже его первоначальной стоимости.

Да, заранее провели диагностику объекта и выявили причины его неуспешности. К слову, у нас есть специально разработанная анкета для аудита ресторанов, которая содержит более 150 вопросов, которые открывают структуру работы заведения и эффективность всех его функций. То есть сразу становится понятно, сколько заведение действительно стоит на данный момент, что позволяет составить план для его реанимации и просчитать прибыльность и окупаемость вложений. Теперь на месте непонятого кафе работает наше бистро «Дом шавермы» на улице Жуковского. Приобретение уже с учетом геомаркетинга перспективное, ведь эта улица зовется в обществе улицей ресторанов, как и улица Рубинштейна.

Второй плюс приобретения готового заведения в том, что переделать существующий ресторан гораздо дешевле, чем открываться с нуля. Тем более что многие заведения так хорошо оснащены, что зачастую переделывать ничего не надо. Особенно это касается тех проектов, которые продаются после трех месяцев работы с момента открытия. Естественно, там все новое — и интерьер, и оборудование. Причем стоимость последнего значительно снижается после первого использования.



Нужно обязательно просчитать окупаемость заведения, проведя грамотный аудит

Просчитать окупаемость при грамотном аудите и плане реанимации гораздо легче, чем просчитать возможную прибыль при открытии совершенно нового заведения. В качестве примера: небольшое бистро стоимостью 400 тысяч рублей при дополнительных вложениях до 200 тысяч рублей может уже через три месяца перезапуска приносить прибыль в 150–250 тысяч рублей. Эти цифры взяты из реального опыта.

Что до окупаемости вложений, то она происходит гораздо быстрее, точнее, в срок от трех до восьми месяцев.

Я уже давно занимаюсь диагностикой ресторанного бизнеса не только для покупки, но и в принципе для улучшения работы действующих заведений. У ресторатора или управляющего рано или поздно, как говорится, глаз замыливается, а потому требуется взгляд со стороны. Результатом диагностики является не просто взгляд, а системный план по внедрению того, что приведет к улучшению ситуации.

С уверенностью могу заявить, что если открывать ресторан для получения быстрой прибыли, то надо выкупать готовые проекты. Главное — проводить диагностику работы всех его функций, а то можно кота в мешке взять.

Анкетирование заведения

В сфере массового питания появился новый тренд. Люди сейчас для сохранения и увеличения своего капитала покупают не автомобили



(вы наверняка помните, как в конце 2014 года народ ломился в автосалоны и скупал машины, пока доллар стремительно рос, после чего в автомобильной сфере начался длительный провал в продажах), а рестораны и кафе. Примечательно, что процесс купли-продажи автомобиля по структуре схож с куплей-продажей ресторана. У меня как у профессионала в этом вопросе увеличился объем заказов на диагностику системы работы ресторанов и кафе. Это как б/у автомобиль купить: снаружи он красивый, а двигатель через неделю ломается. Риски должны быть просчитаны и максимально исключены. Поэтому перед покупкой какой-либо точки общепита осознающие риски потенциальные покупатели проводят такой аудит.

Диагностическая анкета, которую я успешно применяю и постоянно дополняю, содержит более 150 вопросов, раскрывающих такие ошибки в бизнесе, которые без системного анализа обнаружить очень сложно. Это вопросы, касающиеся геолокации заведения, эффективности использования площадей помещения, эффективности энергозатрат оборудования, эффективности управления персоналом, продающего контента и, конечно же, маркетинговой системы. Когда получаешь ответы на все эти вопросы и проводишь их анализ, в результате получается конкретный список

Сегодня закрывшееся готовое заведение по цене в несколько раз ниже его первоначальной стоимости

проблем и пошаговая стратегия их устранения. Из него становится понятно, как быстро можно реанимировать бизнес и сколько денег он будет приносить.

Сторонний взгляд на бизнес

Если вы сейчас занимаетесь ресторанным бизнесом и чувствуете, что дела идут не так, как могли бы, то следует системно подойти к вопросу работы проекта. Так вы сможете увидеть свой бизнес, как поле шахматной доски, где взгляд на картину в целом поможет точно определить проблемы и найти решение для них. То есть провести аудит или, как я это называю, диагностику. Чтобы уже сейчас понять, насколько она может быть необходима сейчас, посчитайте, сколько каналов маркетинга вы используете для своего ресторана.

Для примера: в моей анкете их более 25 видов, это только виды, а не ресурсы. Как один из видов, социальные сети содержит эффективные ресурсы: «ВКонтакте», Facebook, «Одноклассники», Instagram, Foursquare, Swarm. То есть ресурсов может быть около ста. Если применяете менее десяти видов каналов маркетинга, то в вашем ресторане еще много чего прибыльного можно внедрить.

Так что кризис рестораторам не помеха, а даже более чем подходящее время для развития!

#ВСЕНАХОРЕКУ



Присоединяйтесь к революции на рынке HORECA!

Центр Закупок HORECA – мероприятие революционного формата, цель которого организация прямых эффективных переговоров представителей HORECA с поставщиками продуктов питания и напитков.

Расписание прямых переговоров на 2016 год:

6-7 июля, Москва

22 сентября, Санкт-Петербург

6 октября, Ростов-на-Дону

10 ноября, Новосибирск

24 ноября, Екатеринбург

Открыта предварительная запись.
Списки закущиков на vsenaxoreku.rf

реклама



Исповедь официанта: ожидания и как их оправдать

Часто рестораторы сталкиваются с проблемой подбора персонала в свой ресторан. Постоянно слышишь, что сейчас достаточно трудно найти достойного официанта, который сможет честно выполнять свою работу, а еще труднее такого сотрудника удержать на долгое время. Почему большинство официантов долго не задерживаются на одном месте? Что их отталкивает и как это предотвратить?

Юлия Екимова, официант одного из петербургских ресторанов (стаж работы 6 лет) назвала ряд ключевых для сотрудника моментов.

Я люблю то, чем занимаюсь. За время работы официантом сфера массового питания стала для меня уже родной. Могу с уверенностью сказать, что в этом деле я разбираюсь лучше всего. Начинала с фаст-фуда, потом была кофейня, следом за ней уже более или менее приличный ресторанчик, и так

по нарастающей. На данный момент я работаю в одном из лучших, на мой взгляд, ресторанов Санкт-Петербурга. Безусловно, для большинства работа официантом — временная, как и для меня. В следующем году я заканчиваю институт и, конечно же, буду искать работу по специальности, что не является секретом для

моего руководства. Оно спокойно к этому относится, ведь более 80% официантов после окончания вуза уходят. За время работы в разных ресторанах города было немало хорошего, но и, к сожалению, плохого. Многие рестораторы и управляющие не замечают очевидного или не хотят замечать, а потом удивляются, почему происходит такая утечка кадров.

Момент первый: выплата зарплаты

Это огромная проблема в ресторанном бизнесе. Места, где зарплату официантам выплачивают вовремя, можно пересчитать по пальцам. Причем считается нормальным и привычным, когда официантам задерживают зарплату на две недели или месяц. Если сетевым проектам с этими затруднениями справляться легче, то заведениям несетевым совсем тяжело. Обычно в ресторане на вопрос «А когда зарплата?» начальство просто и незастойливо отвечает: «Денег нет, когда будут — выплатим». Единственное, что тебя спасает, — это чаевые. Такой расклад, конечно, подходит далеко не всем.

Момент второй: мотивация

Официант-профессионал способен увеличить продажи в ресторане как минимум в два раза. Уговорить гостей на парочку вкуснейших десертов, предложить повторить бокальчик вина или же просто зацепить гостя, чтобы в следующий раз он опять вернулся в этот ресторан именно к этому сотруднику. Маленький процент официантов будет изо всех сил стараться максимально увеличить счет, особенно если это касается постоянных гостей, о которых все заранее знаешь, в том числе и сумму оставляемых чаевых. Для этого необходимо мотивировать персонал, ставить им новые цели и задачи, взамен на какое-либо вознаграждение. Причем вознаграждение не обязательно должно быть денежным. Это могут



” Если считаете, что ваш персонал плохо работает с гостями, то есть ли смысл об этом кричать, унижая официантов? Научите их! “

быть какие-то привилегии, например, отличившийся официант может первым выбрать себе время для отпуска, или целую неделю уходить с работы раньше на час, или бесплатно взять себе домой одно блюдо из меню. Можно придумать массу не затратных, но приятных бонусов для работников, которые принесут хорошую выгоду ресторану. Благодаря политике мотивации сотрудников ресторан всегда остается в плюсе, а персоналу интереснее работать в атмосфере здоровой конкуренции.

Момент третий: тренинги

Очень часто шеф-повара и управляющие позволяют себе кричать: «Вы не умеете продавать!», «Блюдоносцы!», «Кто так работает!» — и так далее. Естественно, подобные высказывания неприятны. Если считаете, что ваш персонал плохо работает с гостями, то есть ли смысл об этом кричать, унижая официантов? Научите их! Не можете сами — пригласите тренинг-менеджеров, которые расскажут как новичкам, так и «старичкам» ресторана о тонкостях обслуживания гостей. Благодаря качественным тренингам персонал быстро поднимет уровень сервиса в ресторане, чем удивит постоянных гостей и привлечет новых.

Я всегда любила обучающие семинары, сразу после тренинга старалась включать приобретенные знания в сервис. Поначалу нам рассказывали об элементарных вещах, таких как правило открытой руки и принципах сервировки стола, а чуть позже я уже отлично знала, какое вино идеально подходит к определенному блюду и какими способами можно увеличить счет гостя. Есть официанты, которые нацелены на получение знаний с каждого места работы, и, если сотрудник чувствует, что в этом ресторане ему ничего нового не расскажут, вряд ли он останется, ему будет просто неинтересно.

Момент четвертый: график работы

Я пошла работать очень рано, в 14 лет, и на тот момент мне было

все равно, в какой сфере подрабатывать в свободное от учебы время. Я рассматривала много разных вариантов: продавец-консультант, промоутер и так далее. Очень скоро сделала для себя вывод: если нужен плавающий график, самое оптимальное — устроиться официантом. Так я и сделала и, к счастью, не прогадала. Я очень уважаю рестораторов, которые входят в положение своих работников. Меня всегда отпускают, когда мне это действительно нужно. В период сессии мне дают столько выходных, сколько я прошу. Но, к сожалению, такая лояльность к своему персоналу существует не во всех заведениях, и я знаю много официантов, которые уволились с работы по этой причине.

Момент пятый: продвижение по карьерной лестнице

Карьерный рост — это большой вопрос для официантов, которые хотят остаться и работать в общепите. Многие ребята очень ждут повышения, но, не дождавшись его (речь идет не о нескольких месяцах, а о годах), решают либо уходить в другое заведение, где их могут заметить и повысить, либо искать себя в абсолютно другом деле. Действительно, порой рестораторы ничего вокруг себя не хотят замечать и менять. Они уже привыкли

Заинтересованный в работе официант способен сделать заведение уютным.



к тому, что каждый день все идет по плану, своим чередом, и не хотят нарушать сложившийся уклад. В такой ситуации даже самые преданные официанты, понимая, что ничего не меняется, вскоре сменят место работы.

Момент шестой: коллектив

К сожалению, ресторанов, где есть дружный и сплоченный коллектив, практически нет. Чаще всего отношения между залом и кухней очень напряженные. Такая ситуация складывается из-за несерьезного отношения к работе друг друга и непонимания, насколько она сложна. Но для того, чтобы ресторан хорошо функционировал, необходима командная работа. Грамотное руководство старается сгладить такого рода конфликты: устраивает собрания, выслушивает претензии обеих сторон и решает проблему. На данный момент у меня именно такое начальство, которым я очень довольна. Но до этого я сталкивалась с рестораторами, которые вместо погашения конфликта создают еще один новый. С такими управляющими очень сложно работать, на собраниях они вместо поддержки поливают грязью свой персонал, оскорбляют и унижают. Как показал мой опыт, таких управляющих подавляющее большинство. Неуважительное отношение к своим сотрудникам — увы, очень частое явление в ресторанном бизнесе. Официанты работают в таких заведениях обычно только из-за высоких чаевых, а также подворовывают у своих работодателей — в отместку за хамское отношение.

Момент седьмой: стафф-питание

В любом ресторане существует стафф-питание для персонала. Только качество еды везде разное. Чем хуже отношения между залом и кухней, тем хуже питание. Очень часто повара готовят так невкусно, что даже сами это не едят. А потому возникает очень много конфликтов на работе. В результате выход один из трех: или ходи голодным, или



бери с собой еду из дома, или меняй место работы.

Момент восьмой: обеспечение персонала всем необходимым для работы

Это постоянная проблема, которая портит настроение персоналу каждый день.

Для примера — ситуация, с которой я столкнулась, работая в одном из ресторанов известного российского бренда.

Руководство нацелено на большой поток гостей, но когда люди начинают приходить, оказывается, что к этому никто не готов. Не хватает посадочных мест, приборов, ручников, еды, напитков, сотрудников и так далее. В результате менеджеры ресторана радуются, что пришло так много гостей, не замечая, с какими трудностями сталкиваются официанты. Когда в глобальном проекте города официанты выносят чайные ложки к супу, потому что других нет, становится стыдно за место, в котором ты работаешь. Когда сотрудники

Персонал важно обеспечить всем необходимым — от чайных ложек до бокалов.

разрываются, поскольку вынуждены обслуживать огромное количество столов, и задерживаются на работе на несколько часов, но им за это не доплачивают, напрашивается вопрос: нормально ли настолько экономить на нужных принадлежностях для работы и на официантах, которые тоже люди? Вот тебе и бренд с именем.

Заключение: как решить проблемы

Если в заведении налажена подготовка персонала и она качественная, постоянно задействованы системы обучения и тренингов, существует достойная денежная мотивация, текучка будет сведена к минимуму. Я не поверю тому управляющему, который будет говорить, что его персонал уходит даже при такой работающей схеме. Тогда уместно задать вопрос: а какие они — ваши сотрудники? И чаще всего я слышу нелестные слова о глупости, неумелости и прочее. Все очевидно: как вы относитесь к персоналу, так они относятся к вам.



Равиль Трегулов:
**«Я люблю готовить
для людей»**



Какой опыт дает повару участие в профессиональных конкурсах? Насколько важно иметь профильное образование? Где можно получить необходимые знания? На эти и другие вопросы отвечает наш собеседник – шеф-повар петербургского ресторана «Декантер» Равиль Трегулов, первая часть интервью с которым была опубликована в майском номере журнала «Ресторановедь».

— Равиль, у вас успешный опыт участия в конкурсах. Выиграть бронзу «Балтийской кулинарной звезды» в личном зачете в 2012 году, а также золото и гран-при в составе сборной России в 2013-ом было сложно? Или не составило труда?

» Когда я смотрел на конкурсы со стороны, то думал, что участвовать в них довольно просто. Я ведь все умею. Но когда ты оказываешься в незнакомом боксе, где нет твоей любимой плиты и посуды, у тебя всего 2 часа времени, и все это — под пристальными взглядами судей, которые заглядывают тебе под нож, ты понимаешь, как это сложно. И каждое участие — это очень большой стресс. Уже после конкурса еще несколько недель ты мысленно будешь жить там... Если, конечно, серьезно ко всему этому относиться и не быть просто статистом.

— Как вы готовились к участию в соревнованиях?

» Я много тренировался, готовил блюда на время много раз подряд, постоянно думал как улучшить те или иные показатели. У меня была сложная номинация «Черный ящик», мне нужно было тренироваться готовить все: рыбу, курицу, утку, свинину, говядину и т.д. Чтобы было четкое понимание того, что мне делать, когда начнется конкурс и будет ясно, какие три продукта у меня есть. Сначала, когда я прорабатывал гарниры

и основные продукты, на все это у меня уходило примерно 2,5 часа. А нужно было достичь результата в 1 час 40 минут — с учетом того, что кухня будет незнакомой и возможны накладки. Я постоянно думал, как мне быстрее сделать то или иное действие, искал решения, постепенно сокращая время до требуемого.

И я готовил не просто одну вариацию. Например, если бы мне попала говядина, а я ее просто вкусно пожарил и все, у меня не было бы приза. Так как сам факт вкусно приготовить мясо для жюри не удивителен. Куда я дел обрезки? Сварил соус. А также сделал рубленую колбаску или паштет. Только в таком случае судьи могут понять, что я умею работать с данным мне продуктом.

Когда я участвовал в составе сборной России, мы раз в неделю или две тоже встречались на проработках и тренировались. Это было где-то в течение полугода. Анализировали свою работу, а также работы прошлых победителей — какие блюда выигрывали и почему.

Важен ведь каждый нюанс. Опять же, большое значение имеет привлекательность блюда. Я подавал свою фуршетную закуску на щите. Иными словами, это была не просто фуршетная выкладка, а интересная подача. Конкурс проходил в марте, наступала весна. Мы взяли деревянный щит, в котором между деревяшек были зазоры. Из них прорастали молодые ростки и тюльпаны. Смысл композиции заключался в том, что наконец-то наступил момент, когда все беды и войны закончились, а рыцари бросили свои мечи на траву. Судьи это поняли и оценили.

— Что дала вам победа?

» В первую очередь, понимание того, что я не зря полгода этим жил. Также осознание своих возможностей, колоссальный опыт. А когда мы выиграли в составе сборной, наша победа стала первой для России за девять лет. В тот миг, когда мы это поняли, мы уже

» *Профильное образование, в том виде, в котором оно сейчас есть, к сожалению, не успевает за движением современной кухни.* «

ни о чем не думали. Настолько это было классно и эмоционально.

— Планируете ли участвовать в конкурсах дальше?

» Сейчас я больше поглощен работой: пять дней в неделю, с утра до вечера. А если конкурс важный и ты относишься к нему серьезно, подготовка отнимет очень много энергии и времени. У нас ресторан маленький, персонала немного, и я пока не вижу для себя такой возможности. Хотя иногда хочется.

— На ваш взгляд, начинающим поварам стоит принимать участие в конкурсах?

» Начинаящим поварам надо принимать участие везде. Почувствовать соревновательный дух и стресс, с которым нужно учиться справляться, узнать, на каком ты уровне. Для повара это всегда только плюс.

— Какое значение для повара имеет образование? Оно должно быть обязательно профильным?

» Прихожу к тому, что нет. Я знаю очень много хороших шеф-поваров без профильного образования. Хотя я сам учился по специальности. Профильное образование, в том виде, в котором оно сейчас есть, к сожалению, не успевает за движением современной кухни, за технологиями. И по сути тебя учат вчерашнему дню. Конечно, есть основы, но если брать совокупность тех знаний, что давали нам, их можно освоить не за четыре с половиной года, а за год-два.

Если бы у меня была такая возможность, я бы заполнил 85–90% учебного времени лабораторными занятиями, а остальное — хорошей основательной теорией, с химией и т. д.

— А где тогда получать знания?

» На кухне. Знания получают не за партой, а только там. В 1998 году мне повезло попасть в ресторан «Камелот» на Конюшенной площади, сначала на практику.

Потом нас оставили на работу поварами, несмотря на то, что был кризис. В основном благодаря нашему трудолюбию и большому желанию работать. Мы делали все. Если мойщица посуды не выходила, мы и готовили, и мыли посуду. Когда ты так относишься к профессии, это видят остальные и начинают тебе доверять. Будучи еще на практике, я уже отдавал блюда. В «Камелоте» я отработал пять лет и уходил с сожалением. Но настал момент, когда мне надо было двигаться дальше.

Молодым поварам я бы советовал менять работу чаще: раз в полгода, год. Когда у тебя еще нет семьи и ты не привязан так сильно к деньгам, можно выбирать место работы не только по уровню зарплаты, но и по тем знаниям, которые ты там получишь. Начинающему повару очень важно попасть в хорошее место, где классно готовят и так же классно относятся к работникам и к продуктам. Чтобы было чему учиться, от чего заразиться любовью к своей профессии.

Очень полезно ездить учиться на стажировки. Писать письма, проситься на практику, в России или за рубежом — у любого человека, который любит свою профессию, есть чему поучиться. Источник знаний — это общение с коллегами, стажировки, практика, а также книги и Интернет. Специализированные сайты и форумы тоже часто помогают в решении тех или иных задач.

— Когда наступает тот волшебный момент и повару пора становиться шефом?

» Сейчас некоторые повара, проработав полтора-два года, уже хотят стать шефами. Я не очень спешил с этим. Понятно, что статус и зарплата будут выше. Но шеф-повар должен обладать определенным багажом знаний, чтобы твои сотрудники тебя уважали. Одно дело — советоваться с поварами, как лучше сделать то или иное блюдо. Но сегодня бывает и так, что шеф-повар, чаще молодой и только начавший свою карьеру, начинает

» Своим поварам я всегда рекомендую поставить себя на место гостей. «

спрашивать у поваров, как правильно готовить. Я считаю, что это неправильно.

— Что еще вы можете посоветовать начинающим поварам?

» Любить свою профессию. Это очень важно. Я рад, что уже так много лет работаю и мне это не надоело. Я люблю готовить для людей. Но работа повара довольно трудная и она не всем подходит. Если вам это не нравится, то, наверное, не стоит и начинать.

Своим поварам я всегда рекомендую поставить себя на место гостей. На место того человека, который заплатил за суп, предположим, 400 рублей. А ему его принесли недостаточно горячим, недосоленным, повар забыл добавить зелень, а официант — принести сметану. На месте этого человека любой будет недоволен, а он еще должен за этот суп заплатить. Если люди пришли к вам в гости, они должны получить все по максимуму. А если они остались чем-то недовольны, это нельзя оставить просто так, вопрос необходимо решать.

Очень важны мелочи, в том числе отношение к продуктам. Если ты забудешь завернуть продукт — он обветрится, испортится. А все это стоит денег. Нужно ценить и то оборудование, на котором работаешь. У нас, например, хорошая кухня. Наши инвесторы учли наши пожелания, и для обслуживания нашего меню у нас есть все. Понятно, что всегда что-то портится, ломается, это неизбежные потери, но есть и те, которых могло бы и не быть.

И на кухне должна быть чистота. Понятно, что идеальной стерильной чистоты на работающей кухне просто не бывает. Но регулярно, раз в месяц, мы закрываемся на санитарный день. Пусть это денежные потери, но это нужно. Чтобы сделать генеральную уборку, поменять что-то в зале и т. д. Все это создает положительный рабочий настрой и настроение для гостей.

Беседовала Дарья Антонова

Мастер-класс

Стр. 57-61



Старший су-шеф ресторана «Блок» Евгений Кочетков представляет два блюда, которые входят в специальное предложение — летний сет на тему латиноамериканской мясной кухни с легким российским акцентом, созданный совместно с баром El Copitas.

«Этот сет был задуман как специальное предложение в сезон летних террас, а основная задача состояла в том, чтобы сделать его доступным», — говорит Евгений. — В сет входит шесть «курсов» (блюд), к каждому из которых предлагается коктейль, дополняющий и развивающий вкус каждого блюда. Стоимость предложения вместе с напитками составляет 2800 рублей. Таким образом, цена одного блюда — примерно 200 рублей. Что более чем приемлемо и позволяет всем желающим расширить свои гастрономические познания в латиноамериканской кухне и познакомиться с нашим рестораном. Сет отдадут максимально быстро, первые закуски на столе можно увидеть уже через 15 минут после заказа».

В «Блоке» производство работает в режиме полного цикла. «Это значит, что все соусы, заготовки и полуфабрикаты мы делаем самостоятельно, располагая в исходнике только чистым продуктом, — поясняет су-шеф. — При этом к выбору продуктов мы подходим очень щепетильно. Мы специально разработали собственную базу локальных поставщиков, которые поставляют нам продукты только надлежащего качества, соответствующего нашим высоким стандартам».



Ресторан «Блок» — первый и пока единственный проект Александра Раппопорта в Санкт-Петербурге. До этого компания работала только в Москве. «Блок» открылся в сентябре 2015-го и уже завоевал любовь и признание жителей города. Весной 2016-го команда ресторана под руководством бренд-шефа Евгения Мещерякова победила в отборочном туре Chef a la Russe в Санкт-Петербурге (номинация «Региональная кухня»), став представителем Северной столицы в финале этого всероссийского кулинарного чемпионата.

Печеночные пальчики с муссом из лука и смородиновым желе



Ингредиенты:

Для «пальчиков»

- ▶ печень – 100 г;
- ▶ ряженка – 200 мл;
- ▶ соль, перец, яйцо, мука, панировочные сухари.

Для соуса (смородинового желе)

- ▶ ягоды черной смородины – 50 г;

- ▶ сахар – 20 г;
- ▶ желатин – 3 г.

Для лукового мусса

- ▶ лук шалот – 15 г;
- ▶ лук репчатый – 30 г;
- ▶ сливки – 3 ст. л.;
- ▶ чеснок, перец чили, портвейн, малиновый уксус, соль, сахар, перец.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ:



Печень необходимо заранее порезать на полоски размером 2 на 7 см. На сутки погрузить кусочки печени в фермерскую ряженку.

Достать печень, посолить и поперчить, обвалить в муке, затем во взбитом яйце, затем в сухарях.



Обжарить печень в большом количестве кипящего масла и откинуть на сито или полотенце.

Порезать лук соломкой, обжарить до золотого цвета в масле и добавить чеснок, перец чили, пару ложек портвейна, малиновый уксус, соль, сахар и перец.



Пропустить все через блендер, добавить сливки и остудить до комнатной температуры.

Выложить луковый мусс в форму равномерным слоем. Сверху, вторым слоем, аккуратно положить смородиновое желе. Для его приготовления нужно заранее протереть ягоды черной смородины с сахаром, поставить на огонь, довести до кипения, также пропустить через блендер, добавить полоску желатина и оставить остывать до комнатной температуры.



Оба слоя должны застыть в холодильнике. При подаче «пальчики» должны быть теплыми, а муссы – охлажденными. Украсить молодым салатом фризе, кресс-салатом, ростками гороха.

Салат с крабом в ролле из огурца



Ингредиенты:

Для соуса:

- ▶ грейпфрут – 50 г;
- ▶ томат – 50 г;
- ▶ мирин – 20 г;
- ▶ уксус – 2 г;
- ▶ сахар, соль.

Для салата:

- ▶ томаты – 50 г;
- ▶ огурец – 50 г;

- ▶ китайская капуста;
- ▶ краб – 20 г;
- ▶ дайкон – 5 г.

Для мусса:

- ▶ авокадо – 20 г;
- ▶ несколько капель лимонного сока.

- ▶ **А также:** маргеланская редька, белый маринованный дайкон, соль, черный перец, оливковое масло, черный кунжут.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ:



Салат перемешать и заправить соусом. Для приготовления соуса из грейпфрута и томата отжать сок, выпарить в половину и добавить мирин, сахар, соль и уксус.

Очистить томаты от кожи и порезать маленькими кубиками по 0,5 см. Огурец и китайскую капусту нарезать мелкой соломкой, добавить камчатского краба.



Часть огурцов нарезать слайсами и выложить плотным веером. На веер из огурцов выложить две полоски мусса из авокадо. Для приготовления мусса необходимо заранее перетереть авокадо с несколькими каплями лимонного сока.

Добавить на веер из огурцов салат, замешанный ранее. Все аккуратно завернуть в ролл.



Подавать на подложке из соуса.



Добавить микс салатов.



Украсить закрученными слайсами из маргеланской редьки и белого маринованного дайкона. Дайкон заранее маринуется в мирине, воде и мицукане (мирин – 0,1 л, мицукан – 0,1 л, вода – 0,2 л).



На слайсы из редьки добавить горошины мусса из авокадо и несколько капель оливкового масла. Перед подачей посолить, посыпать перцем и черным кунжутом.





R-keeper

Официальное представительство UCS в Санкт-Петербурге

«ЮСИЭС СПб» / UCS SPb

Московский пр., д. 91, офис 334, тел.: (812) 329-05-60

E-mail: info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru

реклама



MiniPOS

Процессор Intel ULV Celeron-M 1GHz with 0k L2 cache; оперативная память от 256MB до 1GB; размер/разрешение - 8.4" TFT LCD / 800x600; яркость 400cd/m²; сенсорная панель – четырех проводная резистивная; термопринтер - 2" Fujitsu с авто-отрезчиком, максимальная скорость печати 60mm/s, 57 mm; размеры (ШxШxГ) - 239.5x260.5x100 мм

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



Термопринтер Star TSP 654

Чековый термо-принтер, предназначен для печати чеков в магазинах, барах, столовых и кафе. Термопечать 150 мм/сек 203 dpi (8 точек/мм), ширина бумаги - 80 мм (стандарт)/58 мм (опция), интерфейс Ethernet, размеры (ШxДxВ) 142x202x132 мм, автоотрез 1 млн операций (МСBF) (толщина бумаги 0.065 - 0.085 мм).

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



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



Термопринтер Sewoo LK T320

Термопечать 160 мм/сек 180 dpi, ширина чековой ленты 82 мм, USB, интерфейс RS-232C, TCP/IP, вес нетто 1,7 кг, размеры: 203.3x155.8x154.9 мм.

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



MegaPos MP-3275L

Процессор VIA Eden ULV 1.6GHz; экран 15" TFT LCD сенсорный резистивный; разрешение 1024x768; яркость 250 кд/м². Прочная конструкция из современного пластика, мощный вентилятор, стандартные интерфейсы для подключения периферийных устройств. Оперативная память: от 512MB до 1GB. Габаритные размеры: (Ш*В*Г) 382x356x388мм.

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



Glaive RT560, 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/m² (LED) / 250 (CCFL) / 450 cd/m² (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



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



 <p>реклама</p>	<p>POS-монитор Panasonic JS-960 WS</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) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>Система автораздачи Drive Thru</p> <p>Предназначена для автоматизации ресторанов быстрого обслуживания.</p> <p>Система состоит из: базовой станции; ION IQ – беспроводной системы голосовой связи; детектора автомобилей + система ZOOM; терминала приема заказов; программного обеспечения.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>POS-монитор Panasonic JS-960 WP</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) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>Чековый принтер SPARK-PP-2010</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) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>POS-монитор SPARK-TT-2115</p> <p>Бескулерный POS-монитор с 15" полноэкранным сенсорной панелью без выступающих кромок, с высокоэффективным 2-ядерным процессором Intel Atom N330 Dual-core. Влаго- и пыленепроницаемый 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) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>IS-Click</p> <p>Аппаратно - программный комплекс сбора, хранения и предоставления статических данных для оценки качества обслуживания.</p> <p>Состоит из папки - счета со встроенной панелью выставления оценок и программного обеспечения.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>POS-монитор SPARK-TT-2115</p> <p>Бескулерный POS-монитор с высокоэффективным 2-ядерным процессором Intel Atom N330 Dual-core. Белый цвет корпуса и дополнительный 12" экран для презентаций придают этому устройству особенную привлекательность.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>Мобильное рабочее место кассира</p> <p>Мобильный кассовый комплекс для осуществления расчетов при продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг.</p> <p>Состоит из программно-технический комплекса СПАРК-125К 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) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>POS-монитор SPARK-TT-2015</p> <p>Легкий дешевый монитор 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) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>Intellect Style – Отель</p> <p>Предназначен для автоматизации сетей отелей, гостиниц, санаториев и пансионатов, мини-отелей, турагентств. Поставляется в 3-х конфигурациях (Лайт, Стандарт и Люкс), 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) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>POS – монитор SPARK-TM-2015</p> <p>Компактный и легкий монитор с 15" резистивным сенсорным экраном предназначен для использования в ресторане, фастфуде, магазине. Модель выполнена в черном цвете.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>«Intellect Style» – Market. Автоматизация рабочего места кассира</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 товарно-кассовыми системами.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>POS-монитор SPARK-LM-2015</p> <p>Компактный элегантный монитор с 15" экраном предназначен для использования в ресторане, фастфуде, магазине, 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) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>«Intellect Style» – Автоматизация общественного и корпоративного питания</p> <p>Программно-аппаратный комплекс для автоматизации общественного и школьного питания. Основан на программном продукте Intellect Style - Ресторан конфигурации «Люкс». 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) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>
 <p>реклама</p>	<p>Программно-технический комплекс СПАРК-115К</p> <p>Фискальный регистратор СПАРК-115К создан на базе новейшего термоприпринтера EPSON TM-T70. Уникальная конструкция принтера – с загрузкой бумаги и выдачей 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) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>	 <p>реклама</p>	<p>IS-line - Система управления очередью</p> <p>Эффективное решение для оптимизации работы организации, в которой ведется прием посетителей. Незаменима в пенсионных фондах, государственных организациях, банках, медицинских клиниках, страховых компаниях, визовых центрах. Электронная система управления очередью упорядочивает работу, повышает имидж организации и является экономически выгодной.</p> <p>Группа компаний ККС 198020, г. Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр., д. 40А, пом.12Н тел./факс: (812) 240-08-21 www.ccrs.ru, e-mail: commerce@spb.ccrs.ru</p>



22 - 24 СЕНТЯБРЯ 2016 г.
г. СОЧИ, Морпорт, ул. Несебрская, 1Б

«ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫЙ ОЛИМП»

XV специализированная выставка

оборудование, товары и технологии для гостиниц и ресторанов, санаториев и пансионатов, кафе и баров, развлекательных центров

ЧЕМПИОНАТЫ * КОНКУРСЫ * МАСТЕР-КЛАССЫ * ТРЕНИНГИ

ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ:



Организатор:
Выставочная компания
«Сочи-Экспо ТПП г. Сочи»



При поддержке и соорганизаторстве:



Тел./факс: +7 (495) 745-77-09, +7 (862) 264-87-00

www.sochi-expo.ru

реклама

🕒 17-20 октября 2016г.

📍 Москва, Крокус Экспо

РЕСТОФРАНЧАЙЗИНГ – ЭТО ПРОСТО!

ПРОСТО ПОПРОБУЙ!



РЕСТО
ФРАНЧАЙЗИНГ

📌 vk.com/restofranchise

📌 facebook.com/restofranchise

☎ +7 (495) 637-94-40

🌐 www.restofranchise.ru

Организатор:

PIR EXPO

В рамках:

PIR EXPO

RUSSIAN HOSPITALITY WEEK 2016

НОВЫЙ СТАНДАРТ

В АВТОМАТИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА



R-keeper 7



**КРУГЛОСУТОЧНОЕ
СЕРВИСНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ
24
ЧАСА
НЕПРЕРЫВНО
7 дней в неделю**

41 000 ресторанов используют R-Keeper

Официальное представительство UCS в Санкт-Петербурге
«ЮСИЭС СПб» / UCS SPb

Московский пр., д. 91, офис 324, тел.: (812) 329-05-60
E-mail: info@ucs-spb.ru, www.ucs-spb.ru