

РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС С НУЛЯ: ВОЗМОЖНОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ, ТРЕНДЫ

➔ Анна СЕРГЕЕВА

О том, как и с чего начинать новый ресторанный проект, мы побеседовали с Сергеем Безуглым, главой консалтинговой компании «Безуглый Проджект», которая уже на протяжении нескольких лет успешно занимается созданием ресторанный бизнеса «под ключ».



— Сергей, как развивалась ваша карьера, прежде чем вы создали свою компанию?

— Созданием ресторанный бизнеса «под ключ» мои коллеги и я начали заниматься с 2007 года, когда поняли, что наших знаний и сил хватает больше, чем просто на работу в отдельном ресторане. Лично я долгое время был поваром, а потом и шеф-поваром в ресторанах Москвы «Горки», «Зебра Сквер», «Гранд-Кафе «Сливки». В какой-то момент мы с товарищами поняли, что и в регионах можно создавать рестораны такого же уровня по кухне, сервису и интерьеру, как и в столице, тем более что соответствующие предложения нам уже поступали. Началось все с одного проекта в Перми, куда я приехал открывать ресторан при гостинице в качестве шеф-повара. Столкнувшись с рядом проблем, которые долгое время не могла решить управляющая компания,

попытался выправить ситуацию. Так по воле случая я понял, что, в принципе, могу вести весь бизнес от разработки концепции до внедрения ее в жизнь и мне это безумно интересно. Конечно, я работаю не один. В каждом проекте занята команда профессионалов очень высокого уровня, и каждый занимается своим делом: кухней, баром, сервисом, финансовыми вопросами. На некоторых объектах мы делали даже интерьер, вели весь процесс стройки до сдачи ресторана в эксплуатацию.

— Где, на ваш взгляд, больше востребован сегодня консалтинг: в Москве или регионах?

— И там, и там. Хотя задачи, как правило, ставятся немного разные. У нас были и есть проекты и в столице, и в других городах России, поэтому я могу точно сказать, что в регионах заказчики не менее знающие и амбициозные, чем в Москве. Это люди с деньгами, они часто путешествуют, много повидали и попробовали. Один из наших клиентов, к примеру, владел рестораном в Италии, и было вдвойне приятно удивить его качественной итальянской кухней в заведении, которое мы для него сделали. Ну, конечно, мы не только для него старались — самое главное, чтобы ресторан полюбили гости. Вот тогда он становится коммерчески выгодным. Мы стремимся к тому, чтобы средний чек не превышал 500 рублей на человека. В регионах, на наш взгляд, для хорошего ресторана это вполне приемлемо.

— Как вы оцениваете перспективы ресторанный консалтинга в России?

— Думаю, работы хватит надолго. Постоянно появляются свежие, интересные идеи. Многие рестораны закрываются; с одной стороны, это грустный факт, с другой — возможность выйти на рынок новым проектам. С каждым годом гости ресторанов становятся более избирательными. Многие заведения, открывшиеся лет пять назад в духе модных тенденций того времени, уже не пользуются спросом сегодня. Гостям что-то перестает нравиться, им есть с чем сравнить, и уверен, что в дальнейшем люди станут еще более искушенными, требовательными. Причем прежде всего в том, что касается качества кухни, продукции бара, сервиса. А вот вкладывать в интерьер десятки миллионов рублей вовсе не обязательно. В регионах, представляется мне, будущее за скромными, по московским меркам, проектами, но с качественной продукцией на выходе и расширенным сервисом. Не в каждом городе командированный найдет, где перекусить в два, в три часа ночи. Все закрыто. Лично я с этим столкнулся в Иркутске. Придя в себя после джетлага и спустившись в бар гостиницы, понял, что придется бороться с голодом до начала завтрака. Все рестораны закрыты, а доставки как таковой просто нет! Вот и поле для деятельности: открывай пиццерию с хорошей, правильной пиццей из дровяной печи и делай круглосуточную доставку по городу и окрестностям. Уверю, к этому быстро привыкнут, услуга будет пользоваться огромным спросом.

— С какого момента вы обычно включаетесь в проект?

— Как правило, на этапе разработки концепции. Все начинается с дизайн-проекта, планиро-

вания технологических помещений и площадей торгового зала. Как только складывается общее представление о заведении, приступаем к подбору основного персонала. Затем разрабатываем меню, выбираем посуду и оборудование. Формируем так называемый brand-book. Примерно за месяц-полтора до сдачи объекта начинается проработка меню, параллельно идут набор и обучение линейного персонала. Постановка бизнес-процессов — самое ответственное и напряженное время. Каждый день в сумасшедшем режиме проходят дегустации, собеседования, строители что-то доделывают — суматоха, знакомая многим. Но я люблю это время — прежде всего за возможность оперативно принимать решения и за то, что в такие моменты профессионализм нашей команды проявляется особенно ярко. И, конечно, приятно, получая положительные отзывы гостей и заказчиков, понимать, что о заведении будут говорить и приходить в него.

— Какой из ваших проектов запомнился вам больше всего?

— Наверное, первый, в Ижевске. Помню, сильно переживал, тем более что требования были очень высокие — и по качеству, и по объему работ. Мы открывали лаунж-кафе с ресторанный зоной, с японской, узбекской и европейской кухнями. Сегодня заведению уже три года, оно успешно работает. Нельзя не упомянуть ресторан-пиццерию «Папарацци» и суши-бар «Оригами», которые мы открыли в Екатерининбурге совместно с Федором Бондарчуком. Находясь в торговом центре, они являются любимым местом отдыха горожан. К любому проекту мы относимся с предельным вниманием, на каждый уходит много времени и сил, и поэтому все они получаются запоминающимися и не похожими на другие. ☺