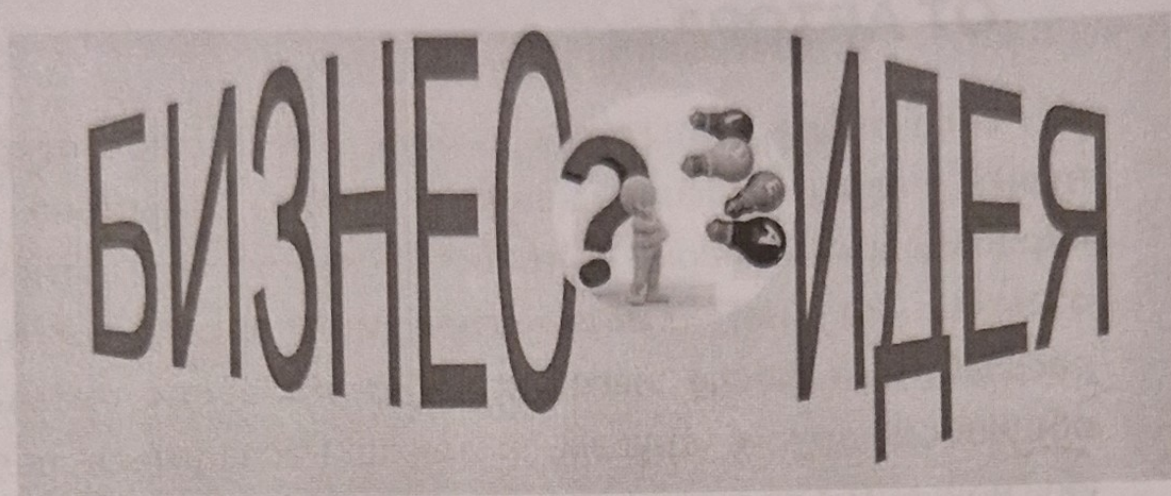




ОТКРЫТИЕ КАФЕ В ПАРКЕ ОТДЫХА



ОТ АВТОРА...

В сентябре 2017 года в городе Краснодаре открыли новый парк, расположенный возле стадиона ФК «Краснодар». В парке есть все условия для активного отдыха, но нет места, где можно отдохнуть и расслабиться после него, приятно провести время за общением друг с другом, а также насладиться чем-то вкусненьким с пользой для здоровья.

Открытие в парке универсального и демократичного кафе – успешная и реальная бизнес идея. Сочетание «цена – качество», «вкусно – полезно», спокойная уютная атмосфера позволит реализовать ее с высокой эффективностью. В данной работе даны ответы на все главные вопросы: кто потенциальные клиенты кафе, какие изделия и услуги оно предлагает, каким должен быть образ кафе, его отличия от конкурентов.

Юрченко Игорь, 10 «А»

Содержание

1. Востребованность и масштабы конкуренции
Потребители, образующие клиентуру
2. Продукция кафе
3. Дизайн кафе
4. Названия кафе
5. Реклама
6. Заключение

1. Востребованность и масштабы конкуренции

Востребованность кафе на рынке услуг подтверждают результаты проведенного анкетирования.

В опросе приняли участие 163 человека разных возрастных категорий (рис.1).

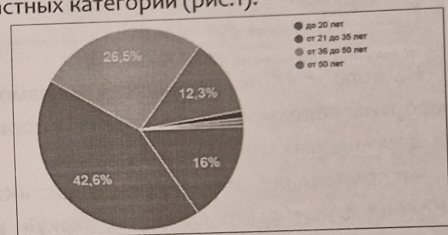


Рис. 1

Гости парка проводят в нем около двух часов и более (рис. 2).

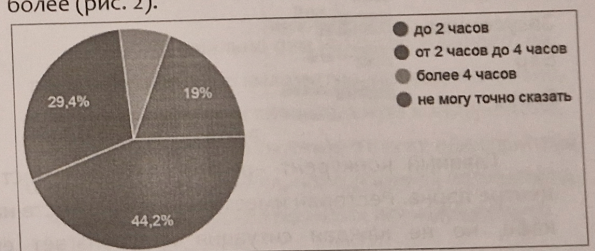


Рис. 2

Только четвертая часть опрошенных, если во время прогулки захотелось поесть, уезжают из парка (рис.3).

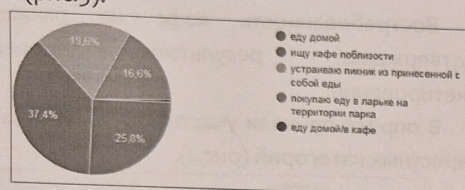


Рис. 3

На вопрос «Хотелось бы иметь возможность с комфортом перекусить прямо на территории парка» 86 % опрошенных ответили «ДА».

Распределение ответов на вопрос: «Какой вид заведения лучше всего подойдет парку?» видно из диаграммы (рис. 4).

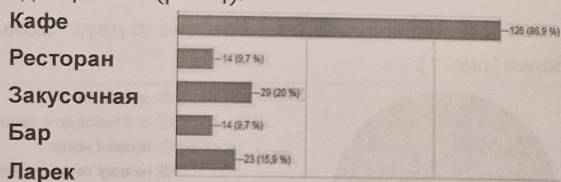


Рис. 4

Главный конкурент – ресторан на 160 мест в центре парка. Ресторан имеет ряд превосходств над кафе, но не каждая ситуация предполагает его посещение и будет комфортным именно во время

прогулки по парку. Опрос показал, что только 14 человек из 163 высказались в пользу ресторана.

Основную массу конкурентов составляют заведения микрорайона «Панорама» (рис. 5).

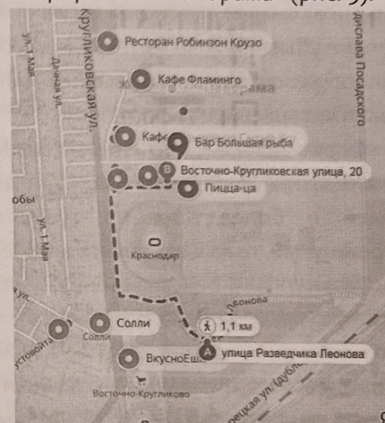


Рис.5

Территориально они находятся далеко, на расстоянии больше километра, и, следовательно, они могут составить минимальную конкуренцию. Таким образом, что в отличие от всех предприятий общественного питания, находящихся поблизости, кафе обладает конкурентным преимуществом.

2. Потребители, образующие клиентуру

Анализ результатов анкетирования показал, что самыми важными для гостей парка оказались (в порядке убывания): качественная вкусная разнообразная еда, еда на вынос для пикника, дизайн интерьера, комфорт.

Опрос показал, что относительно одинаковые доли участников опроса готовы заплатить 300 - 500 рублей и более 500, но существует сегмент потребителей, готовых заплатить менее 300 рублей.

Результаты анкетирования, обсуждения в соцсетях, наблюдения, указывают на то, что демократичное кафе в парке с качественным и недорогим ассортиментом – успешная бизнес идея. Целевая аудитория: люди с низким и средним достатком, от 14 лет, жители ближайших микрорайонов. Ожидается, что средний чек будет составлять 300 - 450 руб.

3. Продукция кафе

Предлагается открытие безалкогольного кафе с качественным сочетанием продуктов, удовлетворяющего потребности людей в поддержании высокой активности и работоспособности.

Основной принцип – продукты на выбор. Меню должно быть разнообразным и разносторонним, чтобы у посетителей был максимально широкий выбор.

По способу приготовления – в качестве термообработки используется запекание и гриль, как максимально безвредные способы обработки. По сочетанию ингредиентов учитываются многие принципы раздельного питания при подборе сочетания продуктов в блюдах.



Планируется объединить кафе с пекарней, это привлекательное решение для универсального кафе, расположенного в парке.

Печеный пирог – отличное средство перекуса или даже полноценного обеда для активных детей и занимающихся спортом взрослых. Это правильные калории, которые быстро тратятся и дают энергию.



Посетителям можно предложить легкие напитки, кофе, чай в ассортименте, безалкогольные коктейли, соки и смузи.

Ожидается, что средний чек будет составлять 300 – 450 руб.

Планируется продажа еды на вынос. Скидка в 20-30% от основного меню привлечёт дополнительных клиентов.

4. Дизайн кафе

Кафе планируется открыть в начале парка со стороны улицы Восточно-Кругликовской, недалеко от спортивных активностей парка.



Такое расположение привлечет потенциальных клиентов кафе: гостей парка, жителей ближайших микрорайонов, болельщиков в дни матчей.

Здание, предназначенное для кафе должно соответствовать архитектурному замыслу парка. Необходимо предусмотреть площадку перед кафе

для парковки велосипедов, скейтов, детских колясок, съезд для инвалидных колясок.

Для кафе в парке важна спокойная атмосфера. Для того, чтобы сделать отдых людей приятным и ненавязчивым, внутренне пространство кафе должно быть условно поделено на зоны: родители с маленькими детьми, молодежь, зона для спокойной беседы (рис. 6).

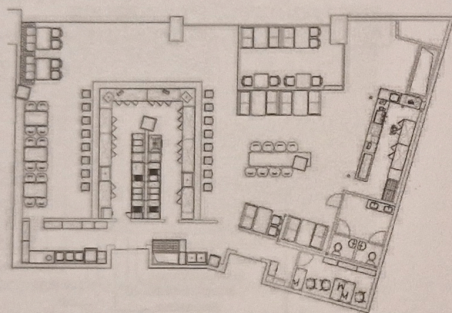


Рис.6

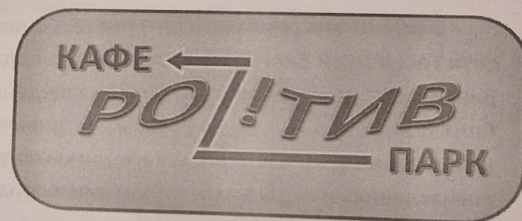
Учитывая пожелания, высказанные во время проведения опроса, мебель должна быть простой и удобной, а интерьер лаконичным без декоративных излишеств.

7. Название кафе

Кафе - это место отдыха гостей парка, переполненных положительными эмоциями, желающих отдохнуть в доброжелательной и спокойной атмосфере.

Для названия кафе можно взять слово «Позитив». Доброжелательность, положительный стиль жизни относятся и к потенциальным посетителям кафе, и к его будущему местоположению, и к ассортименту, кухне, интерьеру, обслуживанию. Название «Позитив» не только красивое по звучанию, но и информативное, оно сразу же сообщает клиентам об имидже кафе.

В слове «Позитив» можно сделать один слог в латинской транскрипции - «PoZitiv», перевернуть букву i, получится восклицательный знак -!



8. Реклама кафе

В качестве слогана кафе можно использовать его девиз «Отдых со вкусом и пользой». Понять смысл предлагаемых услуг кафе сможет любой человек.

Предполагаем установить два штендера с названием кафе на двух входах: со стороны парковки и улицы Восточно-Кругликовской. С одной стороны на них можно поместить слоган, а с другой



Эффективна реклама в интернете. Социальные сети Facebook и Вконтакте больше всего подходят для информирования посетителей о заведении. Самый эффективный вид рекламы – вторичная. Если клиент доволен посещением кафе, то он поделится впечатлениями с друзьями и родными и придет еще, возможно не один.

Заключение

Уникальность идеи заключается в том, что на территории парка отдыха «Краснодар» нет универсального демократичного кафе.

Существует потребность в удобном месте, где гостям парка можно вкусно и полезно поесть, спокойно отдохнуть в уютной обстановке.

В прилегающих к парку районах существуют только косвенные конкуренты.

Насладившись прогулкой и развлечениями в парке, лучше всего отправиться восполнять потерянную энергию в «Кафе ПоZ!тив Парк».

Миссия кафе – «Мы предлагаем вкусные блюда и хорошее обслуживание по доступным ценам, чтобы наши посетители всегда были в отличном настроении».

Представленная бизнес идея позволяет создать бизнес-план и реализовать его возможности.

