

Исследование перспектив развития ресторанных брендов г. Новосибирска

Сохович-Канаровская Ю.Д., 3 курс, ЗРБ-21

Руководитель А.Г. Степанова, старший преподаватель кафедры торгового дела и рекламы

Сибирский Университет потребительской кооперации



Аннотация

Актуальность работы. В настоящее время ресторанный бизнес г. Новосибирска динамично развивается (находится в стадии роста), но потребительский спрос остается неудовлетворенным. Темпы роста замедляются, а объем продаж приближается к своему максимуму. Эти факторы способствуют усилению конкурентной борьбы среди ресторанов, особенно в среднем ценовом сегменте.

Объект исследования: брендинг предприятий общественного питания.

Предмет исследования: развитие брендинга предприятий ресторанного бизнеса как один из факторов конкурентоспособности.

Объект наблюдения: рестораны г. Новосибирска («Аджикинежалъ», «СибирьСибирь», «Сыроварня»)

Цель – исследовать бренды ресторанов г. Новосибирска.

Задачи исследования:

- исследование проблем функционирования предприятий ресторанного бизнеса в условиях конкуренции;
- выявить основные особенности процесса брендинга в ресторанном бизнесе;
- выявить специфику развития ресторанного рынка г. Новосибирск.

Метод работы (или ход работы)

В данной работе был проведен анализ брендов новосибирских ресторанов (оценка по восприятию логотипов и названия, их концепция (идеология) и ассоциации образа ресторана). Методом исследования был опрос потребителей в онлайн-форме. В настоящее время в Новосибирске и в других крупных городах России самыми популярными стали рестораны с концепцией национальных кухонь. После русской кухни по популярности идет кавказская и итальянская кухни.

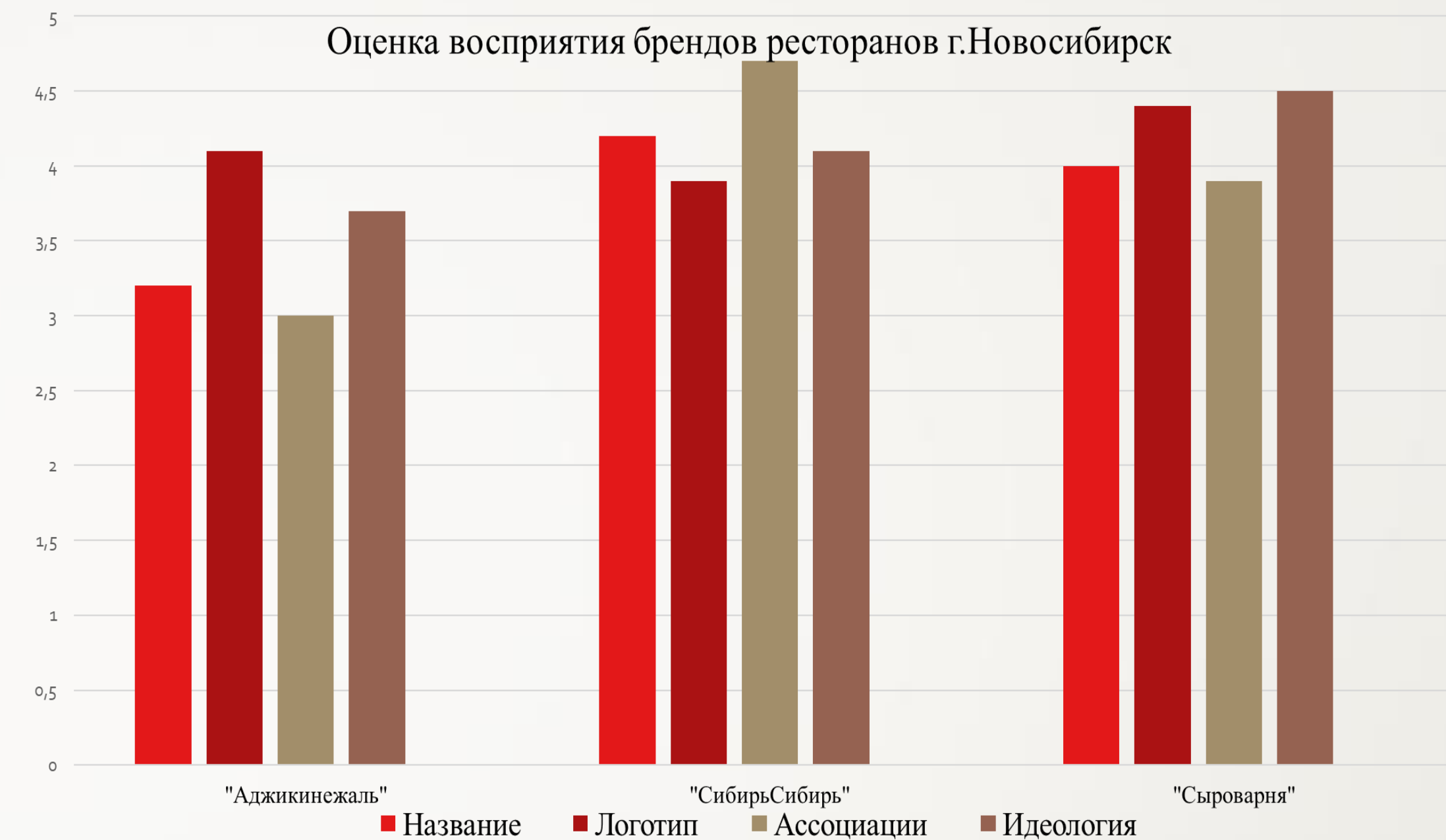
- Большую роль в построении имиджа ресторана играет его название. Оно является визитной карточкой заведения, создавая первое впечатление у потенциальных клиентов.
- Логотип ресторана служит визуальным отображением бренда, главной идеи и атмосферы ресторанного заведения. Взглянув на логотип, гости заведения должны сразу же сделать соответствующие выводы (дорогой или доступный, современный или устарелый) и решает идти в ресторан или нет.

- «Аджикинежалъ» ресторан кавказской кухни.

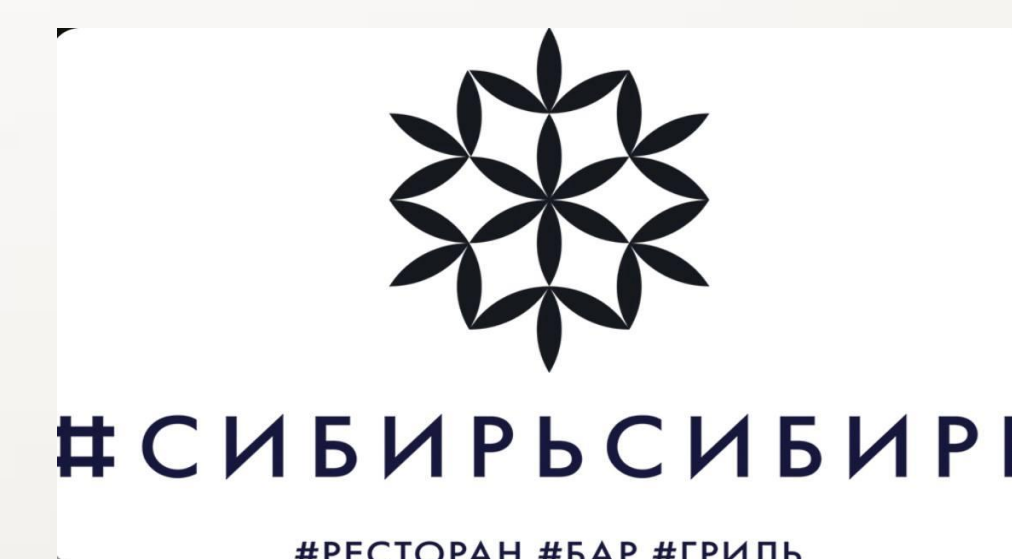
Логотип и название ресторана «Аджикинежалъ» создает ассоциацию с восточной кухней, шрифт, сопровождающие иллюстрации на логотипе (виноград, специи) и ключевое в названии слово «аджика». Данный бренд напрямую создает представления о кухне ресторана, его дизайне.

- «СибирьСибирь» ресторан современной и традиционной русской (Сибирской) кухни. В самом названии заложено то, какая кухня будет представлена в ресторане. Логотип данного заведения полностью это подтверждает, и, даже дает представление потенциальному потребителю о бренде данного ресторана более красочно (в логотипе представлена снежинка, что ассоциируется с Сибирью, так же в логотипе отмечается наличие бара, в ресторане одним из авторских залов для гостей является «рюмочный» зал). Логотип выглядит в одновременно современно и минималистично, параллельно передавая уютную сибирскую атмосферу ресторана.

- «Сыроварня» ресторан итальянской кухни, с уклоном на использовании фермерских продуктов и собственным производством сыров. Название сразу доносит до потребителей свою главную «фишку» (производство собственных сыров). Логотип выполнен хоть минималистично, но отлично доносит до потребителей концепцию ресторана и создает наиболее традиционный образ ресторана.



Логотипы ресторанов г. Новосибирск



Заключение

Благодаря выполненной работе можно с уверенностью сказать, что бренды ресторанов активно развиваются не только в Новосибирске, но и по всей стране. Стараясь максимально удовлетворить потребности и привлечь всё больше потребителей. Одним из важнейших факторов этой работы является оценка профессионального создания брендов ресторанов, которые смогут максимально донести до потенциального потребителя свою концепцию, создать правильную ассоциацию и показать свою индивидуальность.



Рис. 1. Ресторан «Аджикинежалъ»



Рис 3. Ресторан «Сыроварня»



Рис 2. Ресторан «СибирьСибирь»