

## **Кофейня «под ключ» за \$50-100 тыс. СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ**

Кофейный бум, захвативший Америку, а затем и Россию, докатился и до нас. Объясняется это тем, что рост популярности бодрящего напитка среди населения, помноженный на очевидную доходность кофеен, все больше привлекает внимание к данному бизнесу.

Существующие заведения можно условно разделить на три категории:

Кофейня, так сказать, в чистом виде, где посетителю предлагают несколько сортов кофе и кондитерские изделия.

Кофейня с добавлением «кухни», привлекающая клиентов не только кофейным меню, но и возможностью вкусно и недорого перекусить. Основная масса клиентов «клюет» на комплексные обеды (или, как их еще называют на иностранный манер, бизнес-ланчи) и завтраки. В Киеве есть даже ресторан-кофейня.

Кофейня — книжный магазин, любимое место тусовки творческой интеллигенции: писателей, журналистов и заядлых книголюбов. За чашечкой кофе здесь можно почитать любимую книгу или узнать новости книжного рынка, которыми часто «разбавляют» меню. Следует отличать кофейни от привычных кафе. Во-первых,

**Кофейня предлагает расширенный ассортиментный ряд кофе и приготовленных на кофейной основе напитков.**

Во-вторых, это заведение более демократично и располагает к приятной, неторопливой беседе. Как сказала одна из наших собеседниц, *«кофейня — это то место, где время течет медленно»*. Поэтому будущим владельцам подобных заведений нужно быть готовыми к тому, что клиенты станут засиживаться здесь дольше, чем в обычном кафе.

### **ИДЕЯ, КОНЦЕПЦИЯ**

В первую очередь необходимо обратить внимание на разработку концепции заведения. Это тот краеугольный камень, который во многом определяет успех кофейни.

**В интерьере заведения быстрого обслуживания делается акцент на кофе как основного атрибута. Делается ставка на безупречном сервисе, хорошей кухне оригинальном оформлении предлагаемых блюд, необычном дизайне помещения, вышколенных официантах и особом настроении. Посетители должны хотеть вернуться в кофейню еще и еще. Это будет классический стиль.**

И уже от идеи заведения будут зависеть и выбор интерьера, и ассортимент. Да, собственно, и стоимость всего проекта. Акцент делается — на кофе (качество и количество сортов) и атмосфере заведения. В это понятие вкладывается наличие безупречного сервиса, хорошей кухни, оригинального оформления предлагаемых блюд, необычного дизайна помещения, вышколенных официантов и особого, присущего только этому заведению духа, настроения. Посетители должны хотеть вернуться в кофейню еще и еще.

Если целевой аудиторией будущей кофейни является молодежь, студенты, уместно будет оформить интерьер в стиле модерн или hi-tech. Будущее кофейное заведение соседствует с офисами солидных компаний и банков? Тогда — классика. А вообще, нужно знать: сегодня не существует каких-либо строгих ограничений или правил в оформлении интерьера кофейни.

Так что интерьер будущей кофейни зависит от вкуса владельца и степени «выпендрежа» дизайнера.

### **СКОЛЬКО ЭТО СТОИТ**

По мнению экспертов, для того чтобы открыть кофейню (без кондитерского цеха) на 20-30

посадочных мест, в дело потребуется вложить не менее \$50 тыс. Срок окупаемости кофейни — 1,5-3 года. Рентабельность, по утверждению некоторых владельцев кофеен, — 30-40%.

### **РАЗРЕШИТЕЛЬНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ**

Пакеты разрешительной документации для открытия кофейни, а также кафе или ресторана ничем не отличаются. Потребуется патент на торговую деятельность, свидетельство о регистрации торговой точки. На «документальную» сторону дела уйдет 3-6 месяцев. Предполагается перепланировка и ремонт помещения. Нужно оформить проект реконструкции. Необходимо также получить согласие отдела по благоустройству, санэпидстанции и пожарных.

### **РАСКРУТКА И РЕКЛАМА**

На раскрутку кофейни потребуется около года, в течение которого будет проводиться активная рекламная поддержка. Важно «охватить» прилегающий к заведению район. Кофейня — заведение больше местного значения, если оно не отличается эксклюзивным ассортиментом.

Владельцы кофеен по-разному решают для себя, как будет проходить рекламная кампания, в зависимости от позиционирования заведения и целевой аудитории. Завлекать клиентов будем различными акциями и дисконтными карточками, проводить радиовикторины, предлагая в качестве приза бесплатное посещение кофейни, организация шоу-программ, живая музыка. Важной становится реклама в Интернете, в рубриках специализированных изданий. На рекламные затраты уйдет не менее 10 % от первоначальных затрат.

Еще один нюанс. Владельцы кофеен в один голос уверяют, что для успешной работы необходимо заявить о себе в де-

ловых и специализированных изданиях, где есть рубрики «Развлечения», «Досуг\*» и т.д. Сегодняшний мир — мир научных технологий. Ни у кого уже не вызывает сомнения, что будущее — за интернетом. Хотя народ еще не привык искать через интернет ответ на вопрос «Где бы зависнуть сегодня вечером?», своя web-страничка кофейне не помешает. Операторы рынка считают: для того чтобы рекламная кампания была успешной, нужно предусмотреть «рекламный» бюджет — не менее 10% суммы первоначальных затрат. Ну а вторичную рекламу обеспечат заведению сами клиенты.

### **МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЕ**

Для оценки месторасположения будущей кофейни используют следующие критерии. Поток клиентов. Никто не будет спорить, что центр города — наиболее выгодное место для подобного рода заведений. Огромное количество народа, который там работает, бежит на деловые встречи, просто гуляет, может обеспечить безбедное существование не одной кофейне. Однако есть одно решающее кофейни-магазина «Русская книга», \*мест для открытия кофеен в центре Киева почти не осталось. Лучшие уж осваивать районы новостроек. Если человек может купить дорогую квартиру, то он позволит себе и походы в подобного рода заведения. Вечерам после работы или в выходные ему приятно будет провести время за неторопливой беседой в кофейне недалеко от дома. Я считаю, что нужно открываться там, где конкуренция небольшая».

Характеристика микрорайона. В последнее время растет престижность кофе как «светского» и даже элитного напитка. Среди кофеманов и ценителей можно встретить представителей различных социальных групп — от студентов до бизнесменов. Профессионалы рекомендуют открывать кофейни в более «интеллектуальных» местах: рядом с офисами, вузами (опять же. определенного уровня).

Более демократичные заведения есть смысл расположить в таких многолюдных местах, как, например, привокзальные площади, арендовать помещения в супермаркетах или торговых центрах, где уставшие от хождения по многочисленным бутикам и магазинчикам посетители могут отдохнуть за чашечкой кофе.

**Арендовать помещение будем в торговом гипермаркете «Вена».**

Примерные затраты на открытие кофейни, тыс. USD\*

Ремонт помещения	15-25	Вентиляция	5-10
Мебель	2-5		
Кофеварка (1 шт.)	5-6	Кофемолка (6 шт.)	3-4
Начальная закупка ассортимента			5-10
Реклама	10		
Итого	45-100		

*\*Вез кондитерского цеха.*



**Планируемые затраты на открытие кофейни, тыс. \$**

Ремонт помещения	15
Мебель	2
Кофеварка (1 шт.)	5
Начальная закупка ассортимента	10
Реклама	10
Вентиляция	5
Кофемолка (6 шт.)	3
Другое оборудование	5
Итого	55

Характеристика конкурентов.

Следует задаться вопросом, а какие заведения находятся рядом с будущей кофейней? Если она «пересекается» по ассортименту и ценовой политике с большинством потенциальных соседей, лучше подумать о другом районе. Поскольку отбить клиентов у работающих и уже завоевавших популярность конкурентов всегда крайне сложно.

**ПОМЕЩЕНИЕ**

Площадь помещения зависит от масштаба и грандиозности задуманного.

D

X:



Cafe Esse — 20%

Ресторан «Конкорд» Ресторан «Феллини» Ресторан «Первак» Ресторан «Царское село» Ресторан «Сплит» Центр отдыха MAXIMUM Cafe Kimbo — 19% Гостиница «Премьер Палац» Гостиница «Днепр» Сеть ресторанов -Анкл Сэм груп-Ресторан-Маракана» Ресторан-Тарас-Рвсгоран «Алазани» Пидеркя -Ла Белла» Cafe torn —17% Сеть ресторанов «Альянс њшфщя ирув\* Cafe Illy —15,5% Ресторан «Корсар» Ресторан «Корона» Центр «Мандарин»

Cafe Lavazza — 12,5%

Ресторан «Тироль» «Стейк Хаус» Ресторан «У Сени и Гоги» Ресторан «Токио»

Cafe Molinari — 3%

Ресторан «Диксиленд» Клуб FreeDom

Другие сорта — 13%

По данным компании «Итальянский Торговый Дом».

*\*В ресторанах, как правило, предлагают один элитный сорт кофе.*

ратов» с учетом хозяйственных и подсобных помещений. Поскольку питье кофе предполагает тишину и уединение, лучше планировать столики на 2-3 человека. Часто люди хотят побыть в одиночестве или же приходят вдвоем, чтобы обсудить за чашечкой кофе свои дела. Крайне редко в кофейню заглядывает компания из 4-5 человек.

Чтобы гости не задохнулись в клубах дыма от так хорошо гармонирующих с кофе сигар, специалисты настоятельно рекомендуют обратить особое внимание на систему вентиляции. Хотя теория гласит, что кофе и табачный дым не сочетаются в принципе (*в некоторых киевских кофейных заведениях, кстати, запрещено курить.* — Ред.), многие из нас начинают утро именно с чашечки кофе и сигареты, и волей-неволей владельцам кофеен приходится считаться с уже устоявшимися традициями. Установка же хорошей системы вентиляции потянет на \$5-10 тыс.

Специалисты считают, что на подготовку помещения для кофейни на 20-30 посадочных мест (без учета арендной платы) необходимо потратить \$30-40 тыс., включая стоимость мебели, оборудования, посуды, расходы на ремонт и т.д.

«Каффа» — ул.Крещатик «Вечерний Киев» — Пассаж «МакСмак» — ул.Крещатик «Стена» — Бессарабский рынок «Смак» — Пассаж «Катропляна хата» — центр «Shelter» — Пассаж «Корифей» — центр «Кав'ярня» — ул.Крещатик «Два гуся» — ул.Крещатик «Грот» — ул.Крещатик «Mr. Snack» — центр «Сон.це» — ТЦ «Глобус»  
**ОБОРУДОВАНИЕ**

Сегодня на рынке Украины представлено оборудование для кофеен только иностранного производства.

**В качестве профессионального оборудования для кофейни будут использоваться итальянские машины, качество и цена которых удачно сочетаются. Фирмы, занимающиеся поставкой кофе, обычно продают и оборудование. Они же предлагают и сервисное обслуживание. Первоначально для кофейни нужно не так уж и много: кофеварка, кофемолки и герметичные емкости для хранения кофе. Лучше использовать отдельную кофемолку для каждого сорта кофе. Заведение будет работать на очищенной, с помощью стационарных фильтров, воде, где вода проходит несколько этапов очистки, прежде чем попадает в кофеварку. Помимо оборудования для приготовления кофе потребуется многое другое: барная стойка, холодильное оборудование для хранения напитков и кондитерских изделий, столы и стулья.**

При выборе и покупке оборудования следует придерживаться одного правила: все машины должны быть профессиональными. Конечно, цена профессиональной кофеварки во много раз превышает цену бытовой, но и срок эксплуатации такой машины несоизмеримо больше. Поэ-

тому экономить на оборудовании не стоит.

Профессиональная кофеварка стоит \$5-6 тыс. Успокаивает то, что на небольшое заведение, рассчитанное на 20-30 посадочных мест, будет достаточно одной трехпостовой кофеварки. Кофемолка в идеале должно быть несколько, в зависимости от количества предлагаемых сортов кофе. Практики утверждают, что это продукт, требующий определенной чистоты.



Вкус приготовленного напитка во многом зависит от качества используемой воды. Да, собственно, в этом нет нужды, так как прежде чем решать, что, сколько и какой марки закупать, будущий владелец должен посоветоваться со своим технологом, шеф-поваром либо главным кондитером.

В общей сложности оборудование обходится как минимум в \$10 тыс.

## ПЕРСОНАЛ

Предприниматель берет на себя функции общей организации работы и контроля над всем процессом. Как и в любом деле нельзя обойтись без бухгалтера. Требуются также официанты и бариста (бармены — профессионалы кофейного дела), уборщица и посудомойка. Для кофейни без нужно около 8 человек на смену: бармен, 3-4 официантки, посудомойщицы и уборщица.

Основные требования, предъявляемые к официантам и барменам: коммуникабельность, корректность, приятная внешность. Все чаще к персоналу предъявляют и такие требования, как обладание элементарными знаниями психологии, умение понять желание клиента и быстро его исполнить.

При подборе кондитеров определяющими критериями являются профессионализм и опыт работы претендента.

Профессиональный кондитер, знающий много секретов и «примочек», ценится почти так же, как хороший шеф-повар в ресторане.

Справка БИЗНЕСа Среднемесячный заработок как у официанта, так и у бармена в киевских кофейнях составляет примерно \$300 («приятность» для работодателей состоит в том, что 2/3 этой суммы составляют чаевые).

## МЕНЮ

Специалисты утверждают, что в уважающей себя кофейне должно быть 5-6 различных сортов кофе.

П

■ В 2000 г. производители кофе потратили на телерекламу \$6 млн, в 2001-м — \$14 млн. В 2002 г. аналогичные расходы равнялись \$35 млн, причем доля украинских производителей составила только 8%.

По данным сайта [www.marketing.vc](http://www.marketing.vc)

Стоимость 1 кг кофе — около 100 грн.

Количество кофе на чашку эспрессо — 7 грамм.

Количество чашек, получаемых из 1 кг кофе — 140 шт.

Себестоимость 1 чашки кофе — 1 грн. с учетом энергозатрат, воды и т.п.

Средняя стоимость 1 чашки кофе-эспрессо — 5-10 грн.



исшучас1ия вкусным и ароматным. На приготовление одной чашки кофе уходит всего 30 сек. При бешеном ритме нашей жизни, когда все нужно было «сделать вчера», посетители кофеен высоко ценят быстроту приготовления и качество ароматного напитка.

Американский и турецкий кофе пользуются меньшим спросом. Первый — менее крепкий. Если для пригот-, ления обычного эспрессо идет 7 г молотого кофе на 50 г жидкости, то для американо-кофе соответственно 7 г и 150 г.

Турецкий кофе требует более сложной процедуры приготовления и определенного навыка. Кроме кофе как такового большой популярностью, особенно среди молодежи, пользуются кофейные напитки. Широкий ассортиментный ряд безалкогольных и алкоголесодержащих напитков должен быть представ&пен в меню в обязательном порядке. (Что только не добавляют в кофе, чтобы поразить воображение посетителей и «переплюнуть» конкурентов. В ход идут молоко, сливки, мед, яичный желток. И все это смешивается, взбалтывается, встряхивается ловкими руками бариста.)

Из алкогольных напитков наиболее популярны коньяки, ликеры, бальзамы.

Впрочем, владельцу кофейни не стоит заикливаться только на кофе. В любом уважающем себя заведении всегда будут

спросом пользуются пунши — по определению одного из наших собеседников, чаесодержащие напитки с добавлением алкоголя.

Хорошо сочетаются с кофе кондитерские изделия, главное требование к которым — разнообразие, свежесть и товарный вид.

Последний штрих — ассортимент кондитерки и кофейных напитков должен обновляться каждые 6-8 месяцев с учетом пожеланий и пристрастий клиентов.

#### ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДА

Заглядывая в полюбившуюся кофейню и наслаждаясь вкусным напитком, клиенты часто спрашивают: «А можно ли у вас приобрести понравившийся кофе?». Спрос, как известно, рождает предложение. Поэтому дополнительным источником доходов может стать раскладка, на которой клиенты заведения смогут приобрести кофе понравившегося сорта. Особенно это актуально для кофеен, предлагающих элитные или эксклюзивные сорта.

Как сказал один из наших собеседников, «продажа кофе сама по себе, безусловно, рентабельна», поэтому, говоря о дополнительных источниках дохода кофейни, в первую очередь подразумевают продажу кофе «на развес».\*

и,Ц| 1/1 КЛАЛ L/J\_ JH1114^ IIIA^VIUJJIVJUJI J \*JJ ±JT

иностранные производители оборудования для кофеен. Никого из отечественных, к сожалению, назвать не могу. Удачно выставленная на помол кофемолка и правильный режим кофеварки очень влияют на вкус напитка. Наладка должна производиться мастером с ' учетом используемого сорта кофе: какой в нем содержится процент арабики и какой робусты. Ведь, используя машины в правильном режиме, можно раскрыть весь букет вкусовых качеств даже не очень хорошего кофе и, наоборот, испортить даже самый лучший. В уважающей себя фирме всегда есть мастер, у которого «рука набита» на тот сорт кофе, которым торгуют. Начинаящим «кофейневладельцам» я посоветовала бы

**Следует заключить договор с фирмой-поставщиком на сервисное обслуживание своего оборудования. Выгодно брать оборудование в аренду.**

Наталья Шевченко (42), владелец и директор ресторана-кофейни «Ромбауто» (с марта 2003 г.): — Кофейни-кондитерские пользуются I большой популярностью в Западной Европе. Значит, и в Украине за ними будущее. Процесс развития этого бизнеса, несмотря на его безусловную рентабельность, у нас несколько тормозится из-за отсутствия традиций потребления кофе. Поэтому такой популярностью пользуются различные растворимые напитки. Хорошо бы было отделять кофейни от закусочных и ресторанов. Процесс кофепития — занятие почти интимное, плохо совмещаемое с бифштексом или запахом рыбы. Мы у себя в ресторане намеренно разделили помещение на два зала — собственно ресторан и кофейню-кондитерскую, где можно выпить кофе, чай и съесть десерт. Чай и кофе — классические напитки, поэтому, мне кажется, будущее этого бизнеса за небольшими, уютными кафе-кондитерскими, решенными в классическом стиле. Безусловно, необходимо формировать и традиции потребления кофе, а это возможно при использовании только качественных сортов кофе и правильного приготовления напитка.

Осгапчук Ирина (51), генеральный директор Дома кофе «Пассаж» (с декабря 1998 г., 53 чел.):

— Считаю, что информация, приведенная в статье, в целом отражает действительное положение вещей и, безусловно, будет полезна для начинающих. В то же время хотелось бы отдельно остановиться на следующих вопросах.

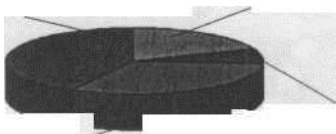
Объем первоначальных затрат на открытие кофейни находится в тесной зависимости от концепции и идеи заведения. Приведенная стоимость уместна для открытия демократичной и недорогой кофейни. По моему мнению, наряду с кофейнями-кондитерскими будут появляться также кофейни с добавлением кухни. Обратив внимание, что многие наши клиенты спрашивали «что-нибудь поесть», мы решили ввести «кухню», и как показала наша практика, это было оправданно. Я наблюдаю, как некоторые предприятия общественного питания «чахнут». Почему это происходит? Ресторанный бизнес — это кропотливый и каждодневный труд, но не всегда владельцы ресторанов и кафе отдадут себе в этом отчет. Чтобы быть успешным, нужно жить этим делом, постоянно находиться в поиске, анализировать опыт других. В этом деле мелочей не бывает. Для любого предприятия общественного питания, а для кофейни особенно, важна атмосфера, аура. И эта атмосфера создается ежедневно и ежечасно.



#### Время, проводимое в заведении

0,5-1 ч 42%

1-2 ч 19%



30 мин и менее 32%

И более 2 ч 7%

Средняя продолжительность пребывания в кофейном заведении — 66 минут.

Минимальное время — 15 минут. Максимальное время — 5 часов. Время пребывания в кофейне зависит от дня недели: в выходные продолжительность пребывания в кофейне дтит ■ среднем на 16 минут (52 минуты — в рабочие дни ■ 68 минут — в выходные).

Диаграммы и графики подготовлены по результатам исследований, проведенных консалтинговой компанией SMEX Marketing Service (г. Киев), октябрь 2003 г.

= хороший доход. И готов растолковывать эту математику кому угодно, даже человеку, далекому от кофейного бизнеса. Начинает он всегда с утверждения: если вы попробуете хороший кофе, приготовленный на хорошей кофе-машине... И без доски и мела, прямо на кофейной гуще доказывает: таки да, не стоит размениваться на суррогаты. После 'на'шей' беседы одним' ценителем натурального кофе стало больше.

— Валерий, вы, "певец" кофейной тематики, употребляете бодрящий напиток такими малюсенькими дозами?

— Я заказал ристретто. Это обычный эспрессо, только воды в полтора раза меньше. Зато весь вкусовой букет сконцентрирован в паре глотков. Таких чашечек я выпиваю в день 15-20.

— И как вам после этого спится?

ря, по-настоящему оценил и полюбил кофе только с приходом в эту компанию.

— Что скажете об этой кофейне (*мы сидим в одном из заведений "подземного царства" столицы.* — Авт.)?

— Здесь "выпивают" килограммов 20 кофейного сырья в месяц... Место не идеальное, из "проходных" — сюда на-

"род забегает в непогоду... Летом люди стремятся на открытые площадки — покурить, посидеть с кофечком, это уже вошло в моду и этим пользуются рестораны и кафе — выносят кофе-машины на улицу. Но эспрессо в этой кофейне отменный.

Ристретто

Эспрессо

кофе по-турецки

— Скажите, почему почти во всех кофейнях на первом месте эспрессо? Куда подевались "просто кофе", кофе по-турецки, по-венски?

— Никуда они не подевались. Настоящие ценители не изменяют джезве, в которой готовят так называемый кофе по-турецки, но этот неторопливый процесс

— для знатоков. Кофе по-восточному подают в кофейнях ресторанах вроде киевской "Каффы", где кофейная карта

— на любой вкус. А в общепите кофе стараются приготовить как можно быстрее. Эспрессо — итальянский способ приготовления напитка, когда кофе заваривается (не варится!) при 90° в специальной автоматизированной кофеварке и экстракция происходит

наиболее эффективно. Чашка кофе готовится 25-30 секунд. В больших ресторанах, гостиницах можно получить кофе, приготовленный так называемым способом "эс американо" — в большой кофеварке-автомате с фильтром. Там процесс идет медленно — напиток "капает" в большой термос, но теряет при этом некоторые достоинства,

— Все гораздо серьезнее. Дело в том, что любой итальянский кофейный бренд подразумевает использование технологии эспрессо. Этим летом в Крыму доводилось видеть, как Шу (элитный сорт кофе с низким содержанием кофеина) варят в турке! Владелец сэкономил на кофе-машине, он хотел побольше заработать за сезон, но при этом, чтобы было "не хуже,-чем> у людей". Если бы человек, создавший этот сорт кофе, увидел, как его готовят, ужаснулся бы... Ту-ручная технология, если уж углубляться в тему,



предназначена для моносортов, изготовленных из зерен с одной плантации. Так издревле готовили кофе на Востоке. Надо сказать, бывая в провинции и заходя из интереса в кафе (кофеен там пока почти нет), я вижу, что чаще всего там предлагают напитки, далекие от настоящего кофе.

— Этому есть объяснение: кофейня, или "кав'ярня", — новый общепитовский формат, который Украина для себя только открывает. Мы больше привыкли к кафе.

— Кафе — место, где кофе может и не пахнуть. Поэтому правильно делают владельцы заведений, вплетая в само название кофейную тематику: "Дом кофе", "Кава і чай", "Будинок кави", "Каффа". Кроме того, дополняют дизайн коллекциями старинных кофемолок, картинами, книгами; дарят посетителям буклеты, в которых рассказывается о том сорте кофе, который предлагают попробовать. В некоторых киевских кофейнях к чашечке кофе подают печенье в виде кофейного зерна. Я уже не говорю о том, что персонал должен свободно общаться на "кофейные" темы.

— Это то, что на виду. А как должна выглядеть идеальная кофейня, если заглянуть за барную стойку?

— Кофе — продукт гигроскопичный. Во-первых, персоналу кофейни не разрешается пользоваться косметикой и парфюмом, а бариста через каждые 3-4 часа работы должен принимать душ. Во-вторых, вопреки сложившемуся мнению о "дружбе" кофе с сигареткой, в настоящих кофейнях не курят, чтобы не перебивать аромат напитка. Или отделяют залы для курящих, встраивая там мощное вентиляционное оборудование.

Даже если кофе — одна из составляющих общепитовского формата, следует особо отметить, что кофейня — это бар, кофейная стойка, кофе-машина, аксессуары. И все. Сколько таких примеров: стоит кофеварка, а в метре от нее — разделочная линия для рыбы.

## ОБ АВТОМАТИЗАЦИИ

— Что же умеет кофеварочная машина — эспresso, вернее, какой ассортимент она "выдает"?

— Эспresso — основная ее специализация, а также капуччино, если в автомате предусмотрен капуччинатор для взбивания молока. На основе этих напитков можно готовить американо, латте, глясе, доппио, коретто, романо, по-венски и т.д. Добавляя разные составляющие, приправы, бариста формирует меню (кофейную карту) сообразно своему умению и фантазии. В школе бариста я даю ученикам рецепты более 40 кофейных напитков. Одна из кофеен почти все их предлагает в своем меню. Через две недели после открытия оказалось — пробуют и пьют все!

## Капуччино

## Американо

## Латте

## Романо

## по-венски

А если говорить об эффективности, то при переходе заведения на метод эспresso в 2-3 раза увеличиваются продажи кофе.

— Я так понимаю, кофе-машина в кофейне — основа основ. Что вы посоветуете тому, кто решит выбрать кофеварку?

— Какого бы уровня ни было кофейное заведение, определяющим является качество напитка. Ведь 30 г классического эс-прессо — результат сложной технологической операции, и она должна быть выполнена безукоризненно. Вкус кофейного напитка определяется тремя составляющими: смесь кофейных зерен, правильно настроенное оборудование, профессионализм бармена. Поэтому ни на чём из перечисленного экономить не стоит, особенно на комплектации оборудования и его обслуживании. Некоторые устанавливают "бэушную" кофеварку, но кофе — дело тонкое. Без контроля со

стороны профессионала может оказаться, что напиток не будет безукоризненным, и заведение потеряет клиентов.

— На какие типы делятся кофейные автоматы?

— Бывают машины полуавтоматические (бармен должен следить за процессом и вовремя его остановить), автоматические (получается готовая порция) и суперавтоматы. Все зависит от формата заведения и того, на какое количество посетителей рассчитана кофейня. К тому же профессиональные кофе-машины комплектуются кофемолками различной производительности. В среднем, оборудование для кофейни (включая кофемолку) стоит \$2-2,5 тыс.

ных зерен, в среднем, стоит 100 грн., его хватает на 140 чашечек). Плюс вода, сахар, энергия, амортизация — 30 коп. Итого себестоимость чашки — 1 грн. А продают ее в кафе почему?

— По 5-7 грн. Чего там, и по 20 грн. Это ж какая рентабельность!

— Есть такое. В Клеве "накрутка" , может достигать от 300% *и до*  
1900%. В ресторанах, барах, на- *tfS* пример, самые % *ШЛ*  
большие зара- /И ботки на спирт- к ^UfINT]J]fl ном и на ко-  
*ЖзШ ШциМ*

фе - 60-65% *ЩЩ ШЯ&Г* оборота предпри- *^^^^^^* ятия. Но не забывайте условие — ее- \*в ли выпивается энное количество ча- *V* шек. Мы ведем статистику потребления кофе: некоторые ко- «М фейни "выпивают" по 1 кг в день, некоторые — 280 г, есть и такие, где "идет" 100 г в день и меньше. По нашим наблюдениям, каждый день в Киеве открывается заведение, предусматривающее по- *ДМ* дачу кофе. По сколько открывает- *^54* ся, столько же и закрывается. Если технологическая цепочка где-то нару- *Ш* шена, ожидать окупаемости можно долго и закрыться, так и ле дождав- *щ* шись. *Ш*

### КАК "ПОСТАВИТЬ" КОФЕЙНЮ И КОМУ ЕЕ ДОВЕРИТЬ

— Вы перекидали на своем веку немало кофеен. Поставляя сырье и оборудование, уже видите, "что такое хорошо и что такое плохо"...

— Хорошо — когда "от и до" выдерживается концепция заведения.

**Подразумевается особая атмосфера кофейни, ее дизайн, логотип, мебель, посуда. И ценовая политика в том числе.**

**Это стильная кофейня с дорогой посудой, хорошей подачей. В то же время кофе там недорогое. Дешевизна и высокое качество несовместимы.**

Или взять ассортимент. Для хорошего заведения, где декларируют культуру кофепития, большая кофейная карта к месту. А там, где на кофе не акцентируют внимание, стоит остановиться на 6-8 видах напитков, чтобы не усложнять работу бармена. Большая кофейная карта ни к чему в диско-, коктейль-барах. Зачем она там, если люди пришли за другим?

**Д**

РОМАНО (кофе - 7 г, вода - 40 г, сахар — 5 г, долька лимона). АМЕРИКАНО (кофе - 7 г, вода -100 г, сахар — Юг). ДЕКАФИНАТО (кофе без кофеина).

БИЗНЕС №42 (561). 20 октября 2003 года **17М |**

место, помещение, а что с этим добром делать, толком не знают. Прежде всего, необходима концепция будущего заведения. Здесь фантазии нет предела, можно ориентироваться на конкретную целевую аудиторию или придумать "фишку", которая понравится всем. А дальше все определяется меню: средний счет, предполагаемое количество клиентов и т.д. Если "кофейня оператора" (Оборудование и сырье предоставляет определенная фирма), он предлагает свои решения. По-хорошему, концепция должна строиться исходя из субъективных пожеланий владельца и профессиональных рекомендаций оператора.

— А как быть с персоналом? С одной стороны, кофейный автомат можно освоить за день-два...

— Если речь идет о бармене, то он должен | уметь не только управляться с кнопками. Нужны азы "кофейных" знаний. Я преподаю в школе баристо и вижу, что для смекалистых людей трех недель учебы достаточно. К концу занятий они уже могут опрса слгть основные сорта кофе, отличи\* хорошие зерна от плохих, готовы ответить на любые вопросы по теории

Г вофепитня. Мой ученик подаст кофе Г по-венски в Irish-бокале, а не в чашке. Г Если он захочет внедрить новую позицию Г в меню, потребует у хозяина подходящую Г посуду. Бармен должен уметь "выставить помол" (нападать кофемолку). Кстати, девушек обучать работе баристо почему-то сложнее. Профессия эта пока редкая, и потому "мир" кофейных барменов узкий — ушел из одной кофейни, перешел в другую. Таких специалистов в Киеве до двух десятков. Поэтому в уважающем себя заведении работа баристо оценивается в \$350-400. В обычных кофейнях платят вполтину меньше. В России еще больше — от \$800 до \$1500.

— Вечная проблема — контроль за персоналом.

— Эти вопросы регулирует владелец или директор заведения. Могу сказать одно — бесполезно пытаться контролировать опытного бармена. Если вступать с ним в конфронтацию, он или технологию нарушать будет, или "свой" кофе закладывать. Бывает, при обслуживании в кофемолках находят монеты и даже ключи от квартиры, попавшие туда из карманов бармена вместе со "своим" зерном. Поэтому лучше искать в работе с персоналом разумный компромисс.

## О КОФЕ

— Валерий, давайте поговорим собственно о кофейных зернах. Я читала, что 93% пьющих кофе не различают сорта ■арабика" и "робуста"... Я тоже из этого большинства.

#IU«JUIVj\*! ««V^VJVfV\* fLn^W^VAAdV\* ^\*V\*V W£SJ.4\* \*\*£^V  
израстают в горных районах на высоте 800-2000 м над уровнем моря. Робуста растет на высоте 500-600 м и имеет несколько другой, шоколадный привкус. Реже представлены на рынке сорта "либерика" и "эксие-ла". О вкусе, аромате кофейных зерен, выращенных в разных частях земли, не расскажешь и за день.

— А как тогда разобраться в изобилии натурального кофе, который предлагают торговые и кофейные заведения?

; — Это смеси различных сортов, подобранные специалистами кофеперерабатывающих предприятий. Там кофе купажируют (обжаривают по особым технологиям, подбирают соотношение арабики и робусты). в результате чего получается новый сорт  
Признанные кофейные производители — 2 итальянцы.

и Кстати, в Украине также есть заводы  
^ по производству кофе, продукцию кото-  
^^ рых можно встретить в супермаркетах  
^^ и в заведениях общественного пита-

В ния.

Н — Что бы вы посоветовали хозяину ^III кофейни, выбирающему поставщика ^^  
кофейного сырья?

— Принцип работы на кофейном рынке следующий: поставщик кофейного сырья является одновременно и поставщиком оборудования; он же обеспечивает его сервис и контролирует качество напитка. При реализации больших ресторанных или гостиничных проектов, выбирая оператора, устраивают тендеры: проводят дегустации, оценивают технические характеристики кофе-машин, сравнивают условия поставки сырья, i

**Предполагается получить кофеварочную машину бесплатно в обмен на обещание стать постоянным потребителем кофейного сырья.**

Но это ненадежный вариант.

Лучше наладить партнерские отношения с солидным кофейным оператором. Такое сотрудничество позволит правильно подобрать оборудование и обеспечит его последующее обслуживание, снимет проблемы разработки кофейной карты и подготовки персонала. Не говоря уже о том, что кофейня будет стабильно получать кофейное зерно. Хочу подчеркнуть, что необходимо использовать только смеси, составленные для приготовления в эспрессо-машинах.

— Валерий, ответьте, как специалист, — кофе пить вредно?

— По словам врачей, натуральный кофе полезен, но в разумных пределах. 3-4 чашки эспрессо в день пойдут, скорее, на пользу. А кому кофе не рекомендуется, я советую пить декафинато (кофе без кофеина). ■

на опыт российского "кофейнестроительства"

*В том, что Москва переживает нынче бум "КОФЕЙНЕСТРОИТЕЛЬСТВА", МОЖЕТ УБЕДИТЬСЯ КАЖДЫЙ, КТО ПРОЙДЕТ ХОТЯ БЫ НЕСКОЛЬКО /ПЕТРОВ ПО ЦЕНТРУ БЕЛОКАМЕННОЙ. В НЕКОТОРЫХ ОСОБО ОЖИВЛЕННЫХ ИСТОРИЧЕСКИХ ИЛИ ДЕЛОВЫХ МЕСТАХ КОФЕЙНИ ЛИБО ВЫСТРОЕНЫ В РЯД НА ОДНОЙ СТОРОНЕ УЛИЦЫ С ПРОМЕЖУТКОМ В НЕСКОЛЬКО ДОМОВ, ЛИБО ПОЧТИ УПИРАЮТСЯ ДРУГ В ДРУГА "ЛБАМИ" ФАСАДОВ, РАЗДЕЛЕННЫХ ЛИШЬ УЗКОЙ ПРОЕЗЖЕЙ (ИЛИ ПЕШЕХОДНОЙ) ЧАСТЬЮ. ВСЕ ЭТО ВЫГЛЯДИТ ОЧЕНЬ ПОВЕРОПАЙНО, ПОСКОЛЬКУ У БОЛЬШИНСТВА МОСКОВСКИХ КОФЕЕН ТРИ ЧЕТВЕРТИ, А ТО И ЧЕТЫРЕ ПЯТЫХ ФАСАДА ЗАНИМАЮТ ПРОЗРАЧНЫЕ ВИТРИНЫ, ЧЕРЕЗ КОТОРЫЕ ПРОХОЖИЕ МОГУТ ВВОЛЮ РАЗГЛЯДЫВАТЬ СТИЛЬНЫЙ ИНТЕРЬЕР И МНОГОЧИСЛЕННЫХ (КАК ПРАВИЛО) ПОСЕТИТЕЛЕЙ.*

#### КЛИЕНТЫ

Зайдя в одну из самых популярных в Москве кофейен, автор этих строк не только увидел разномастных представителей так называемого "низшего среднего класса" российской столицы, но даже смог приблизительно прикинуть, у каких сегментов "общепитовского рынка" недавно открывшееся заведение отобрало тех или иных сегодняшних своих посетителей.

" Вот эта группа громко разговаривающих иностранцев, — прикидывал автор, — еще полгода назад наверняка пошла

бы. скрепя                    ^Ябше^^М  
ресторан.                    ^Е ЗР Щ

Вот эти            \*^\*            тм\*П1?^

встречающиеся по вы-            \*&

ходным подружки-мамаши со сползающими со стула детьми — в "МакДональдс ". Веселящаяся за столом в углу студенческая компания, скорее всего, пила бы не кофе, а пиво и устроилась где-нибудь на парковой скамейке. Ну и, наконец, вот эта одинокая пожилая дама в шляпе с широкими полями и вуалью наверняка осталась бы дома."

Отсюда — немаловажный вывод, который, надеюсь, пригодится бизнесменам, только собирающимся открыть свое заведение и прикидывающим количество потенциальных посетителей, — кофейня не только отбирает посетителей у фаст-фуда и ресторанов, но и формирует какую-то часть своей клиентской базы за счет людей, до этого услугами общепита, как правило, не пользовавшихся или пользовавшихся крайне редко.

#### МЕНЮ И ИНТЕРЬЕР

**Меню: напитки — 8 позиций, фирменные блюда — 5, кофе — 16, холодный кофе — 5, кофе с алкоголем — 7, шоколадные напитки — 6, черный чай — 5, зеленый чай — 7, белый чай — 2, фруктовый чай — 2, мате — 2, молочные коктейли, шейки — 9, соки и нектары — 10, безалкогольные напитки — 5, алкогольные напитки — 6, горячие коктейли — 3, белое вино — 6, красное вино — 4, розовое вино, десертное и портвейн — по 1, шампанское и игристое вино — 4, виски — 3, джин — 1, ром — 2, бренди и коньяк — 4, абсент — 1, водка — 3, текила — 2, ликеры — 4, аперитив —**

1, супы — 3, салаты — 6, панини — 2, блинчики — 6, горячие вафли — 3, десерты — 5, торты, пирожные, выпечка — 18 позиций.

Плюс изготовление тортов на заказ и продажа развесных чая, кофе и сигарет.

Как говорится, по comment. Рассчитано практически на все категории потенциальных потребителей. Не уверен, что, открывая свою кофейню где-нибудь в Кацапетовке, нужно стараться держать такое же меню, однако знать, на каком уровне установлена планка у чемпионов, не помешает.

То же самое можно сказать и об интерьере и мебели, которые в хороших московских кофейнях вполне соответствуют уровню ресторана среднего ценового сегмента.,  
D

Родиной кофе является местность Каффа в юго-западной части Эфиопии. Из Эфиопии кофе был завезен через Красное море в Аравию. Особенно быстро кофе распространился в юго-западной части Йемена, в районе города Моха, который

В XVII веке кофе начали употреблять в Европе. Первые публичные кофейни были открыты в Лондоне (1652 г.) и в Париже (1672 г.).

В Бразилию кофе попал немногим более 200 лет назад, и начиная с 1834 г. является основной сельскохозяйственной культурой и источником дохода этой страны.

В Россию кофе был завезен и вошел в употребление благодаря Петру I.

л.

в результате многочисленных войн. Декретом короля в городах Пруссии была введена должность вынюхивателя кофе. Прогуливаясь по улицам, специальные правительственные чиновники должны были выискивать (вынюхивать) нелегальные сушилки кофе.

◆

Богатые японцы устраивают себе кофейные ванны: небольшой бассейн или ванну наполняют подогретыми до 60°C зернами  
wnrhp Чрпрз ?П мим nn ипйипти игтапый

меньшие деньги") атмосферу, но имеет и свои минусы. Так, даже простая чашка кофе "обходится" в общей сложности минимум в 15-20 минут (ритуал подхода к столу, подачи и просмотра меню, выполнения заказа и пр.). То есть по пути на работу, встречу, в кино или театр сюда не очень-то забежишь, что, как нам кажется, лишает кофейню весомой части спешащих куда-то потенциальных клиентов.

Вывод: думается, что правильное сочетание обслуживания официантами с наличием бара, где спешащий посетитель может сам заказать себе кофе и "закуску" к нему. Так, кстати, делается в некоторых питерских кофейнях (возможно, впрочем, что и в некоторых московских, но я пишу о том, что успел увидеть).

#### НЕКОТОРЫЕ ВЫВОДЫ

Первое впечатление однозначно — вот бы весь этот "праздник, который всегда с тобой" взять да и перенести на "рііНі терени". порадовав и жителей, и потенинапных инвесторов. Тем паче что в ресторанном деле, по признанию большинства профессионалов, так оно и происходит, и Киев в общих чертах повторяет то, что происходило в ресторанах Москвы 3-5 лет назад.

Да и в российской деловой прессе (хотя и с исключениями) общим местом стал тезис — рынок кофеен в Москве до сих пор насыщен очень слабо, а потому весьма привлекателен для потенциального инвестора. В доказательство приводится, к примеру, следующий факт:

если в Белокаменной количество кофеен исчисляется десятками, то в Милане их 2000. Ну а дальше должен последовать, казалось бы, логичный для украинского журналиста вывод — уж если Москве еще расти и расти по количеству кофеен до Европы, то нам надо дорастать хотя бы до Москвы.

Так-то оно так, но не совсем. Уже к третьему-четвертому посещению российской столицы и ее кофеен начинаешь понимать, что в относительно новом для большинства регионов Украины деле "кофейнестроительства" ана-

■ Годовой оборот московских кофеен перевалил за \$10 млн.

В то же время о потенциальном объеме этого рынка хоть и косвенно, но достаточно красноречиво говорят цифры годового оборота московских заведений быстрого питания — \$500 млн. Согласно некоторым прогнозам, российская столица в состоянии "переварить" сегодня 3 тыс. кофеен. Однако, по мнению профессионалов, такое количество может быть достигнуто лишь при значительном снижении уровня цен в московских кофейнях.

■ Так, сумма среднего чека в них составляет сегодня приблизительно \$5. В то же время в питерских кофейнях сумма среднего чека (при сопоставимом ассортименте) — менее \$2.

■ В 2002 г. объем потребленного в России кофе составил 100 тыс.т.

логичный ресторанный принцип "повторения пройденного" применим с куда большими оговорками. То есть кофейни строить можно и (если сие показывают соответствующие маркетинговые исследования или хотя бы прикидки) нужно, но вот копировать при этом Москву (и, главное, ее темпы роста) надо с оглядкой. И вот почему.

#### НАРОДЫ И ДОХОДЫ

Надо не забывать, что Москва — 77 один из крупнейших в мире мегапо- Ян лисов, трафик которого, по свиде- *УЩ* тельству специалистов, уже догнал™

ные показатели в центре любого украинского города. И если даже в этой аэродинамической трубе есть свои "мертвые зоны" (автор сам сидел вечером в кофейне в самом центре Москвы, заполненной процентов эдак на 10%), то нам, привыкшим к спокойным темпам малороссам, сам Бог велел, наметив какую-то точку для будущей кофейни, сперва постоять у нее день-другой с хронометром и замерить "пешеходопотоки" в разное время дня. Иначе не исключен вариант, что большую часть дня персонал кофейни будет просиживать без дела.

Ну и, конечно, оглядываясь на москвичей, не следует забывать о разнице покупательной способности населения. Кофейня, как, пожалуй, ни одно дру-~ гое заведение, отражает положение дел с количеством представителей "низшего среднего класса" в данном городе и уровнем доходов этого самого "класса". Понятно, что в Москве эти показатели намного выше любых украинских. Поэтому и чашечка кофе, к примеру, в одной из московских сетевых кофеен стоит от 45 руб. до 230 руб. (от \$1,5 до \$7,5). Легко убедиться, что цены эти не просто сопоставимы с киевскими ресторанными (о регионах вообще не говорю), но и превышают их.

Кстати, в Питере, где доходы населения почти такие, как в Киеве, чашка кофе в одной из сетевых кофеен стоит от 24 до 64 руб., т.е. дешевле московской вдвое.

В общем, украинским бизнесменам есть над чем подумать. ■

**Родиной кофе является Кафа в юго-западной части Эфиопии. Из Эфиопии кофе был завезен через Красное море в Аравию. Особенно быстро кофе распространился в юго-западной части Йемена, в районе города Моха, который в 17 веке кофе начали употреблять в Европе. Первые публичные кофейни были открыты в Лондоне (1652 г.) и в Париже (1672 г.).**

**В Бразилию кофе попал немногим более 200 лет назад, и начиная с 1834 г. Является основной сельскохозяйственной культурой и источником дохода этой страны. В Россию кофе был завезен и вошел в употребление благодаря Петру 1.**

**Декретом короля в городах Пруссии была введена должность вынюхивателя кофе.**

**Прогуливаясь по улицам, специальные правительственные чиновники должны были выискивать (вынюхивать) нелегальные сушилки кофе.**

**Богатые японцы устраивают себе кофейные ванны: небольшой бассейн или ванну наполняют подогретыми до 60 градусов зернами.**