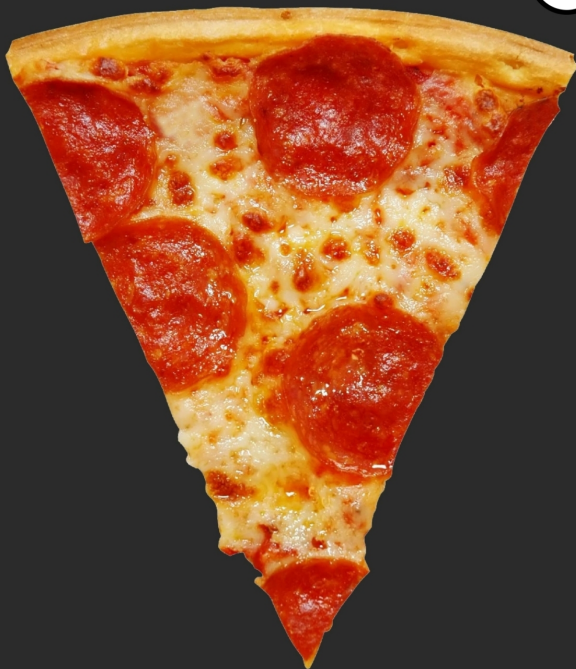


Владимир Давыдов

Евгений Давыдов

12+



ПИЦЦА-БИЗНЕС:

ПИЦЦЕРИЯ

СЛУЖБА ДОСТАВКИ

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС

Владимир Давыдов
Евгений Давыдов
**Пицца-бизнес: пиццерия,
служба доставки,
производственный комплекс**
Серия «Пицца-бизнес», книга 2

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=31513641

SelfPub; 2021

ISBN 978-5-532-10851-6

Аннотация

Как открываются успешные объекты пицца-бизнеса? В чем разница между пиццерией и службой доставки? С чего начинать вхождение в пицца-бизнес? Доставка является самым прибыльным форматом в пицца-бизнесе России, не так ли? Как организовать производственный комплекс, где будет изготавливаться тесто для Ваших пиццерий? Детальные ответы на эти и другие вопросы – в новой книге Владимира и Евгения Давыдова, специалистов по пицца-бизнесу, авторов книги "Пицца-бизнес. От теста до готовой пиццы. Технологии, решения, ингредиенты".

Содержание

Часть первая. Открытие пиццерии (службы доставки)	5
1. Почему вы хотите открыть предприятие пицца-бизнеса?	5
2. Определите цели и ожидания	10
3. Определите миссию и бренд	14
4. Создайте концепцию своего заведения	17
5. Исследование рынка	23
Конкуренты	25
Рейтинг конкурентов	27
Ценовая политика	28
6. Определите ценности и видение бизнеса	34
7. Бизнес-план	39
8. Юридическое сопровождение бизнеса	43
9. Создание меню и работа с поставщиками	46
10. Местоположение и аренда	52
Анализ места	55
Рейтинг возможного места для пиццерии	60
Население и демография	61
11. Оборудование и инвентарь	69
Приготовление теста	72
Растягивание теста	72
Приготовление пиццы	73

Доставка и подача пиццы	73
Очистка печи	73
Классификация печей для пиццы	74
Подовые печи для выпекания пиццы	77
1, 2 и 3-х ярусные печи для пиццы	79
Классификация подовых печей для пиццы	80
Технология работы на подовых печах	80
Дровяные печи для выпекания пиццы	82
Технология работы на дровяных печах	83
Конвейерные печи для пиццы	85
Технология работы на конвейерных печах	86
Мейклайн	89
12. Персонал	93
13. Обучение	95
14. Открытие объекта	97
План открытия новой пиццерии	100
Ремонт помещения	106
Оборудование / инвентарь	108
Работа с персоналом	110
Административно-хозяйственный блок	112
Конец ознакомительного фрагмента.	115

**Владимир Давыдов,
Евгений Давыдов
Пицца-бизнес: пиццерия,
служба доставки,
производственный
комплекс**

**Часть первая. Открытие
пиццерии (службы доставки)**

**1. Почему вы хотите открыть
предприятие пицца-бизнеса?**



Таким образом, вы хотите открыть предприятие пицца-бизнеса. Отлично! Но почему? Это – самый важный вопрос, который вы можете задать самому себе в самом начале, и ответ на тот вопрос может играть главную роль в успехе или неудаче, вашего нового предприятия.

Вы хотите открыть пиццерию, потому что Вам нравятся люди, еда и продовольственный бизнес? Много людей думает, что они могут открыть предприятие, начать выпекать

вкусную пищу и мгновенно получать прибыль, но это – миф. Вскоре после открытия предприятия они понимают, что требуется большая, кропотливая работа.

Если вы думаете, что, открыв пиццерию можете разбогатеть за одну ночь, то этого не произойдет. Вам, вероятно, нужно больше опыта: вы можете поработать где-то в пиццерии, возможно, поговорите с владельцами пиццерий или наймете консультанта. Все это может пролить свет на то, что необходимо для того, чтобы открыть успешную пиццерию.

Прежде чем вы преуспеете в пицце-бизнесе, можно описать почему люди, начинают это дело. Они хотят создать что-то, во что верят и могут гордиться, что-то, что могло создать возможности для людей в семьях и, в обществе, в целом и что-то, что они могли бы передать своим детям.

Они также не хотят работать на кого-либо и терять контроль над своей жизнью: любой человек может быть уволен или потерять работу, и любой может потерять бизнес, но, когда дело доходит до бизнеса, которым вы владеете, вы осознаете ситуацию. Если ваш бизнес преуспевает, это – потому что Вы сделали его таковым. Если Ваш бизнес терпит неудачу, это потому, что Вам не удалось сделать его успешным.

Таким образом, что означает – открыть успешную пиццерию? Что вы ожидаете? (1)

Для таких новичков как вы, необходимо:

Сильный драйв, страсть, самомотивация и трудовая этика: в самом начале вы будете заниматься этим и день

и ночь.

Способность планировать: знайте какую роль вы хотите играть в бизнесе, Вы можете построить систему, которые помогут вам достигнуть эту цель

Терпение: может потребоваться год или больше, прежде чем вы сможете поручить кому-либо управление пицца-бизнесом и больше сосредоточиться на его развитии

Способность выполнять сразу несколько функций: по крайней мере сначала только вы будете выпекать пиццу, заниматься бухгалтерией, маркетингом, наймом и обучением персонала и всем остальным

Способность построить команду: обязательно необходимо собрать команду людей, которые верят в то, что вы делаете

Готовность делегировать: вы должны быть готовы передавать выполнение задач – вы не можете и не должны делать все и всегда сами; конечная цель – перестать быть незаменимым

Способность построить всю систему бизнеса: система, которую вы создадите приведет ваш бизнес к успеху или провалу.

Готовность решать все сложные вопросы: Вы будете постоянно сталкиваться с проблемами и у вас должны быть навыки, позволяющие их решать и даже находить в них новые возможности для роста.

Никогда не теряйте из виду деловую сторону владения

пиццерией, потому что это, что в конечном счете определит ваш успех. У вас может быть самый лучший рецепт пиццы в мире, но если вы не можете продать эту пиццу с прибылью, то грош ему цена.

Владение пиццерией – это не просто приготовление пиццы, это построение основного актива вашей жизни.

Если Вы готовы заняться решением сложных вопросов и стараетесь воплотить свою мечту в жизнь, вы определенно сможете открыть успешную пиццерию.

2. Определите цели и ожидания

«Если вы не знаете, куда идете, то вы туда и попадете»

Джордж Харрисон, The Beatles



Погружение в ежедневные операции в новой пиццерии может быть ошеломляющим, так чтобы было легко увлечься и отклонить от правильного курса. Вот почему очень важно установить цели и каждый день оценивать, находитесь ли вы на пути к их достижению. Каждое бизнес-решение, которое вы принимаете, должно помочь вам стать на один шаг ближе к достижению ваших целей.

Что такое реальные цели? (1) Прежде всего, они должны совпадать с вашими причинами открытия пиццерии. Если одна из ваших целей – это, например, достижение финансовой независимости, вы должны определить то, какой уровень дохода обеспечит ее и как скоро. Вы можете определить уровни продаж в пиццерии, которые помогут вам достигнуть необходимого уровня дохода.

Цель должна быть:

Определенной: вы должны назвать точно, какова ваша цель.

Измеряемой: вам необходимо измерить как близко вы к цели и когда вы можете ее достигнуть.

Достижимой: Она должно быть чем-то, чего вы можете фактически достигнуть.

Реалистичной: это – то, что вы реально может случиться? Например, продать миллион пицц к полудню в день открытия не является реалистической целью.

Своевременный: ваша цель должна быть в состоянии быть достигнутой к определенному времени.



Возможные цели для пиццерий:

Объем продаж

Увеличение числа открываемых пиццерий (новые местоположения, и т. д.)

Размер клиентской базы

Веб-сайт и онлайн маркетинг

Посты социальные медиа и количество последователей

Работа с населением

Бюджет

Доход

Обслуживание клиентов

Новые источники получения дохода, такие как доставка,

организация праздничных мероприятий, заказ товаров по почте и поставка их покупателям.

Как только вы устанавливаете новые цели, записываете их. Создайте пятилетний план и установите отметки по пути достижения целей.

Регулярно просматривайте свои цели – по крайней мере, каждый месяц, и еще лучше каждую неделю – чтобы удостовериться, что вы на правильном пути. Если что-то не так, вносите изменения, чтобы всегда оставаться на выбранном пути сохраняя темп достижения цели.

По мере достижения целевых показателей, рассмотрите их внимательно, чтобы удостовериться, что ваши ожидания совпадают с действительностью.

3. Определите миссию и бренд



Один из ключей к успеху в пицца-бизнесе – это правильное дифференцирование вашего заведения от пиццерий ваших конкурентов. Это начинается с определения вашей миссии и бренда.

Спросите себя: «Почему я существую?» Ответ на тот вопрос – Ваша миссия. Подумайте о том, кого вы собираетесь обслуживать, как вы собираетесь их обслуживать, что дела-

ет вас отличающимися и лучше их, и почему вы делаете то, что вы делаете. Ваша миссия должна быть чем-то, во что вы верите, поскольку именно это будет движущей силой вашего бизнеса. Это будет ваша цель, и это будет тем, что вы показываете общественности. Конечно, все в бизнесе, чтобы делать деньги, но это не миссия, выполнение которой могут соединить вас с клиентами. Это должно быть нечто-то большее, чем это, что-то большее, чем ваши собственные личные устремления. Как только вы определили причину/ы, которые подвинули вас на создание нового объекта, а также что и почему вы это делаете, вы можете объединить все это в программное заявление под названием «Наша миссия».

Ваша миссия формирует ваш бренд, но брендинг – больше, чем заявление: это – полное знание своих покупателей, культура сотрудников, визуальные и текстовые презентации вашего бизнеса. Ваш бренд не просто ваша эмблема, хотя она – это часть вашего бренда. Ваш бренд – это то, чему больше всего показывается общественности и это представляет не только вашу миссию, но и ваши ценности, философию и цели. Это также представляет Ваших клиентов, потому что большой бренд всегда связан со своими поклонниками. Вы должны помещать брендинг во все, что делаете. Например, если вы сторонник итальянской пиццы, вы должны:

Размещайте итальянские произведения искусства в своих пиццериях

Дайте своим пиццам итальянские названия

Наймите сотрудников, которые разделяют ценности вашей компании

Преподавайте вашим сотрудникам историю и кулинарную важность итальянской пиццы и как эти знания могут помочь качественному обслуживанию клиентов

Обучите ваших сотрудников выпекать только подлинную итальянскую пиццу

Поддержите итальянские компании, продающие свои товары для ваших пиццерий

Удостоверьтесь, что ваше заведение всегда чистое, а персонал приветлив и доброжелателен для клиентов

Прежде всего, обращайтесь внимание на культуру и качество обслуживания клиентов.

Большая часть работы в создании вашего бренда продолжается негласно; в конечном счете мы хотим, чтобы наши клиенты, покидающие пиццерию довольными, обязательно пришли вновь. Таким образом, важно определить то, что ваш бренд значит для ваших клиентов и необходимо чтобы качественное обслуживание выполняло это обещание данное брендом клиентам. Когда у Вас есть четко определенная миссия и бренд, легко дифференцировать себя от конкурентов и захватить свою часть пицца-рынка.

4. Создайте концепцию своего заведения



Вы должны определить концепцию пиццерии, таким образом, чтобы вы смогли выполнить свою миссию и достигнуть свои цели. Ваш предыдущий мозговой штурм играет большую роль в создании концепции пиццерии, так как такие элементы, как миссия и бренд являются основами вашей

компании.

Концепция – это по существу проявление миссии и бренда в ваших ежедневных действиях. Есть несколько вопросов, на которые вы должны ответить, чтобы определить при создании концепции.

Так как вы создаете пиццерию, то меню – это вопрос первостепенной важности вне зависимости от того выпекаете ли вы пиццы по франшизе или разрабатываете свои собственные уникальные рецепты.

Вы должны решить, что вы будете продавать в своей пиццерии: Самый легкий ответ – пиццу, но как вы хотите ее продавать? Вы хотите предлагать дополнительные блюда или сохранить меню простым? Когда принимаете решения, подумайте о потребности в площадях, оборудовании, специально обученном персонале. Если у вас небольшое помещение под кухню, то остановитесь на простом меню, привязанном к пицце. Если же помещение для кухни большое и вы располагаете умелым персоналом, то расширяйтесь! Используйте эти возможности дайте своим сотрудникам свободу применять свою креативность, навыки на каждый квадратный метр для того, чтобы сделать пиццерию более прибыльной (1).

Также не забудьте ответить и на такие вопросы как:

Вы будете предлагать только пиццу или другие пункты меню, такие как куриные крылья, салаты, сэндвичи?

Вы будете создавать свои собственные рецепты?

Где вы будете закупать ингредиенты? У местных поставщиков?

Будут ли в меню напитки? Алкогольные или только безалкогольные?

Есть ли «изюминка» у вашего меню? То есть, что такое, чего нет у ваших конкурентов?

Например, вы можете подать подлинную итальянскую пиццу, сделанную на основе рецептов, взятых на чемпионате мира по пицце в Италии. Чем будет интересно и известно ваше меню? Соответствует ли оно вашему бренду?

Кроме того, как вы позиционируете себя на рынке, как вы можете описать себя:

Наш продукт – оригинальная пицца, изготовленная вручную, из свежего теста, самая вкусная в мире

Имидж – фирменный логотип, единая форма одежды, внешний вид автомобилей доставки, пиццерий, используемые шрифты, размеры, цвета и т. д. Это, как выглядят ваши сотрудники (униформа), как выглядят заведения, машины доставки, как делают пиццу, – все это составные части вашего имиджа.

Ваш имидж – наш имидж; стандарты внешнего вида (мужчины и женщины); стандарты форменной одежды.

Поэтому как выглядит наш сотрудник, в каком состоянии его одежда, внешний вид, волосы, руки имеет большое значение.

– одинаковая форма для сотрудников-членов команды

(мужчин и женщин) – брюки, футболка-поло, бейсболка (кепка), специальные куртки (для водителей), обувь темного цвета и фирменный ремень должны быть фирменного цвета.

– бейдж с именем сотрудника располагается с правой стороны футболки. Бейдж необходим для того, чтобы покупатели имели возможность обращаться к сотрудникам с просьбами и пожеланиями.

– волосы, у мужчин и женщин, должны быть аккуратно убраны под головной убор или подстрижены не ниже края воротничка футболки-поло.

– у сотрудников, работающих на приготовлении пиццы ногти на руках должны быть аккуратно подстрижены, должны быть чистыми, использование лака для ногтей не разрешается.

– макияж у женщин не должен быть ярким и вызывающим.

– необходимо выполнять правила предприятия относительно драгоценностей, т. е. сотрудники, работающие на приготовлении пиццы, не должны носить на руках кольца (кроме обручального) и часы. Также запрещается длинные серьги и пирсинг.

– бороды полностью запрещены для сотрудников, а усы не должны быть больше длины и ширины верхней губы.

Сервис – это как обслуживают покупателей? быстрая доставка пиццы покупателям (в офисы и на дом) и наличие/отсутствие посадочных мест пиццерии (это определяет формат

заведения), своя компьютерная система управления пиццерией и, прежде всего приема и обработки заказов (на месте, по телефону, on-line).

Одним из самых важных решений, которые Вы можете принять во время этой фазы – будет ли ваше заведение небольшим, только для обслуживания заказов наружу (с собой и доставка), или это будет пиццерия полного цикла, предоставляющим полный комплекс услуг (в зале, с собой, доставка) или чем-то промежуточным. Чем больше помещение, больше меню, больше штата в вашей пиццерии, тем большее риск. Некоторые начинают с небольших пиццерий. Например, они не смогли привлечь инвесторов для того, чтобы открыть полноценную пиццерию, поэтому открывают небольшое объект, например, даже, трейлер.



У вас мог бы быть самый лучший рецепт пиццы в мире, но если вам потребуются два часа, чтобы сделать пиццу, то у вас не будет успешной пиццерии. Обязательно тщательно рассмотрите свои позиции меню и рецепты, затем проведите пробные прогоны с эксплуатационной пиццерии зрения. Удостоверьтесь, что Вы можете эффективно работать с вашей концепцией – что подготовительные операции («преп») не слишком сложные, иначе это вызовет затор в операциях.

Заключительное слово: Ваша концепция должна работать на ваших клиентах, и они захотят дать вам справедливую попытку.

Кроме того, все основные компоненты концепции в сумме должны для покупателя составлять лучшее предложение, по сравнению с конкурентом

5. Исследование рынка



Пицца является одним из трех самых популярных в мире блюд, но это не значит, что открываемая пиццерия обязательно будет успешной. Ничего не может гарантировать успех новому заведению, но хорошая порция исследования местного пищевого рынка может резко увеличить шансы достичь его. Приводимые советы по исследованию локального рынка пиццы помогут вам в открытии успешной пиццерии.

Обязательно включите маркетинговый план в бизнес-план.

Вы действительно знаете – кто ваши покупатели? Вы знаете, почему сегодня они покупают у вас, а также – почему часть покупателей прошлого года уже не с вами?

Привычки и пожелания покупателей изменяются также часто, как модели любимых гаджетов или приложения для них. Необходимо оставаться на вершине этих изменений, также, как и быть выше своих конкурентов и того, что они делают для удовлетворения новых предпочтений покупателей.

Понимание меняющихся мотивов покупателей должно быть основным компонентом ваших маркетинговых исследований и должен обязательно включать конкурентов и своих новых покупателей, о которых раньше не думали. Например, некоторые исследования показывают, что один из трех человек использует приложение для заказа на доставку для того, чтобы избежать делать заказ по телефону, потому что это более удобный метод, позволяющий избежать взаимодействия с другими людьми, например, с продавцами.

Ответьте на следующие вопросы:

- Детально определите своих целевых покупателей
- База ваших покупателей будет расти, оставаться стабильной или уменьшаться?
- Какую долю местного пицца-рынка вы намереваетесь занять?

– Можете вы увеличить свою целевую аудиторию?

– Какие технологии вы будете привлекать для того, чтобы привлечь новых покупателей и увеличить свою долю пицца-пирога района доставки?

– Каковы будут ваши цены по сравнению с ценами конкурентов?

– Нет необходимости иметь самые дешевые цены, главное в том, чтобы покупатель ценил вашу пиццу. Ценность вашей продукции может увеличиться с помощью отличного обслуживания. Отделите себя от своих конкурентов по всем направлениям помимо цены.

Конкуренты

Никогда недооценивайте значимость знаний о конкурентах. Составьте список других пиццерий в выбранном районе. Какие из них имеют ту же аудиторию покупателей, что и ваша пиццерия? Узнайте, что и по каким ценам они продают.

Обязательно отнеситесь к вопросу о конкурентах тогда, когда вы сузите свой список потенциальных мест. Ту информацию, которая вам понадобится можно найти с большим трудом. Но лучшим путем получить ее является посещение заведений конкурентов.

Будьте креативны. Один из способов, который можно использовать при изучении своих конкурентов – это заказывать у них пиццу. На коробке всегда отмечается номер за-

каза. Сравнивая с номером, полученным неделю назад можно узнать количество заказов за неделю. Можно вести постоянное наблюдение за тем сколько и когда они привозят продуктов и лотков с тестом и сколько они делают доставок. Существует много различных методов проверить те данные, которые можно получить. Например, во многих пиццериях установлено одно и тоже программное обеспечение, например, ПКО или R-Keereg и если мы получим информацию с их наклеек на коробках и с пластиковых лотков (например из мусора), которых также были похожи на наши. Это всегда отличный подход – знать все что можно о том продукте, который продает конкурент и как идет его бизнес.

Другие возможные источники информации о ваших конкурентах:

Телефонная книга – даст вам номера телефона и адреса заведений ваших конкурентов.

Местная торгово-промышленная палата – у них есть список всех местных предприятий. Только убедитесь, что это полный список предприятий, а не только членов палаты.

Местные газеты – изучайте местные рекламные объявления и объявления о найме на работу. Также в них может быть ежедневная колонка с информацией о местных ресторанах, их ценах и меню.

Местная ассоциация ресторанов – например в Италии и США они предоставляют отчёты по каждому штату о количестве объектов общественного питания, планируемых про-

дажах и занятости на объектах ресторанного бизнеса.

Рейтинг конкурентов

Нанесите планируемое место для новой пиццерии на карте. Вы можете сами определить, как далеко от объекта вам изучать район, в зависимости от того на какое расстояние, по вашему мнению, люди готовы ехать за вашим продуктом.

После того, как вы определите зону доставки посетите все заведения в районе предлагающие пиццу. Возьмите образцы из всех пиццерий, у которых похожее меню или нацелены на ту же категорию покупателей, что и ваше заведение. Если вы можете взять у них меню, то сделайте это. Подходите критично и ответьте на следующие вопросы:

Что вам нравится и не нравится в этих заведениях?

Они обслуживают вашу целевую аудиторию покупателей?

Если нет, то кто их покупатели?

Их покупателям нравится само заведение?

Какой у них трафик в пиковые часы?

Как они представляют блюда в своем меню?

Как, на ваш взгляд, их еда?

На что похожа их выкладка блюд на тарелке?

Предлагают ли они какие-либо уникальные продукты?

Сколько у них посадочных мест?

Какая атмосфера в заведениях?

В какое время они наиболее загружены?

Одним словом, Знайте своих конкурентов, периодически посещайте их заведения, изучайте их ассортимент блюд, заказывайте доставку их пиццы на дом, все это даст вам понять, что они делают хорошо и как вы это можете сделать лучше. (4)

Ценовая политика

В вашей пиццерии должны быть конкурентоспособные цены, все же позволяющие получать прибыль (). Узнайте каков подход ваших конкурентов к созданию ценовой политики и что они предлагают покупателем по этой цене. Определите какой тип пиццерии вы хотите создать. Это решению будет влиять на уровень цен в новой пиццерии. Это будет полноценный пицца-ресторан или небольшой объект на месте с высоким трафиком пешеходов. Уровень обслуживания, ассортимент блюд, атмосфера заведения, покупатели – все это будет влиять на уровень цен и величину целевой аудитории.

Подход к ценообразованию должен включать:

– **Сырьевая себестоимость (фуджкост)** – свежие и органические ингредиенты являются самыми дорогими среди всех продуктов.

– **Конкурентоспособные цены** – это средневзвешенные цены, которые, с одной стороны, будут способствовать сохранению отличного качества продукции, а с другой сторо-

ны, а с другой, остаются привлекательными для широкой целевой аудитории.

– **Цены ниже, чем у конкурентов** – снижение цен по сравнению с таковыми у конкурентов приводит к увеличению количества покупателей и является привлекательным подходом для торжественного открытия и других специальных мероприятий. Но качество вашей продукции, уровень обслуживания, все вместе будет способствовать тому, что покупатели будут продолжать приходить в пиццерию,

– **Множественные цены** – это отличный подход к структуре цены для пиццы. Например, как вам такой подход – первая пицца в заказе идет по обычной цене, а вот уже вторая и далее идут по цене на 20 % дешевле?

– **Вид обслуживания** – также уровень цен зависит от того формата, в котором будет работать ваше заведение. Самовывоз наиболее экономичен. Доставка включает дополнительные затраты, а обслуживание в зале требует дополнительных площадей и персонала. Ваши цены должны включать все вышеперечисленные затраты. Заказы с собой должны чаще всего быть представлены во всех заведениях и этот формат наиболее привлекателен, так как такие покупатели являются самыми лояльными.

– **Накладные расходы** – не позволяйте арендным ставкам беспричинно увеличивать цены на вашу продукцию. Конечно, это здорово, когда объект располагается в новом торговом центре, но как много 600 рублевых пицц необходимо

ежемесячно продать, только для того, чтобы оплатить аренду помещений.

Четыре тренда представляют из себя отличную стартовую площадку для тех пиццерий, которые позиционируют себя отдельно от своих конкурентов.

Гибкость

Предлагаемые новые подходы для удовлетворения расширяющегося потребительского спроса по таким параметрам как гибкость и выбор.

Определенные тенденции:

- Размеры порций
- Индивидуализация предложения
- Время суток
- Классические блюда меню вместе с модернизированными позициями
- Выбор блюд типа «лучше-для-тебя» (better-for-you)

Пиццерии и гибкость

Возможности для гибкости в меню пиццерии не только по таким параметрам как размер пиццы и варианты по топпингам. В инновационных пиццериях тестируют дополнительные варианты своих меню – завтрак, премиальные пиццы и пиццы типа «лучше-для-тебя». Гибкость может также означать увеличение количества не пищевой части меню за счет главных блюд, супов, сэндвичей и калыцоне.

Удобство и доступность

Сделать прием пиццы в пиццерии более удобным и доступным.

Определенные тенденции:

- Более раннее открытие, более позднее закрытие или часы работы до 24 часов
- Заказ через интернет, короткие текстовые сообщения и приложения для смартфонов
- Мультиформатные концепции, рождающиеся в партнерстве традиционных ресторанов с ресторанами формата фаст-кежуал (fast-casual).

Пиццерии и удобство

Для того, чтобы определить удобство и доступность для покупателей пицца-оператор должен, прежде всего, проанализировать базу данных покупателей для того, чтобы определить их потребности. Успешное увеличение продолжительности рабочего дня за счет завтрака или позднего закрытия требует создания трафика покупателей в эти новые рабочие часы.

Индивидуальность

Продвижение фирменных и уникальных блюд и мероприятий.

Определенные тенденции:

- Специальные пиццы: чикагского стиля, нетрадиционные, натуральные/органические корочки и корочки с особыми

ми вкусами.

Пиццерии и индивидуальность

Пиццерии, имеющие длительную историю фирменных блюд, которые создают точку дифференциации от конкурентов. Специальные блюда с «ограниченным временем предложения» (Limited-time offer – LTO) – это способ тестирования новых фирменных пицц и других блюд меню, которые создают бренду индивидуальность.

Гостеприимство

Забота о покупателях путем удовлетворения их специфических пожеланий и вызов у них восторженных впечатлений типа «Ух ты!» (Wow). **Определенные тенденции:**

– Предоставление блюд для удовлетворения специальных диетических запросов, таких как пищевая аллергия, потеря веса, сердечные болезни, диабетические показания и низко-натриевая пища.

– Предоставление блюд для удовлетворения религиозных диетических запросов, таких как халал или кошер.

– Введение в меню блюд местной кухни.

– Создание «третьего места», вне дома и работы, с теплым и привлекательным окружением.

Пиццерии и гостеприимство

В то время как гостеприимство внутренне присуще индустрии фудсервиса, иногда оно нуждается в тонкой настройке. Пицца-операторы, которые работают с базой своих покупа-

телей получают возможности лучше удовлетворять потребности покупателей – вне зависимости от того – это будет халал или блюда, полезные людям с заболеваниями сердца или домашняя атмосфера. Пиццерии и пицца являются отличным местом и блюдом для того, чтобы внедрить эти инновации.

6. Определите ценности и видение бизнеса



Сейчас вы уже осознали, что миссия предприятия, бренд, цели и концепция являются важными частями для открытия пиццерии.

Вместе с исследованием рынка будущей пиццерии они являются наилучшими путями для рождения успешного объекта. Однако, большинство предприятий, появляющихся на рынке общественного питания также добавляют еще два понятия: ценности и видение.

Ценности и видение чем-то похожи на миссию и цели предприятия, но все-таки это разные понятия. Ваша миссия говорит о том, что вы хотите сделать, ваши ценности говорят о том, как вы этого достигните – каким путем вы достигнете своего успеха. Цели – это определенные пиццерии на дороге к достижению успеха, в то время как видение – это то, куда вы идете, как, в конце концов, будет выглядеть реализация вашей мечты.

Это очень важно описать свои ценности потому, что они не только для вашего собственного использования – это еще и ожидания ваших сотрудников. Ценности объясняют, как вы ведете свой бизнес и их можно публично представлять потребителям, чтобы они понимали с чем вы к ним пришли. И если они разделяют ваши ценности, они захотят делать бизнес вместе с вами, становясь вашими лояльными покупателями. (1)

Вот, например, ценности, заявляемые некоторыми пицца-предприятиями:

Оптимизм – это способность смотреть на все позитивным взглядом.

Терпимость – когда имеешь дело с негативной ситуаци-

ей, оставайтесь спокойным, не жалуйтесь, не раздражайтесь.

Командная работа – мы все собрались в одной команде для достижения одной цели. Having a cooperative and coordinating effort as a whole in the interest of a common cause.

Страсть/Забота – гордиться своим предприятием его продукцией и всем, что он делает. Всегда будьте готовы помочь другим и всегда старайтесь найти лучшее в человеке для создания хорошего делового и рабочего окружения.

Общение – открой линии коммуникации. Открытые каналы общения и заинтересованные встречи важны, прежде всего для тех, людей в компании, которые принимают решения. Общение позволяет им всегда быть информированными о том, что происходит в их бизнесе, а также обмениваться идеями и высказывать свои пожелания и заинтересованность.

Вы можете взять эти ценности за основу или разработать уникальные собственные для своей пиццерии. Но какие бы ценности вы не заявили убедитесь, что ваш персонал знает их и делится ими с каждым покупателем, при каждом заказе, каждый день.

Ваше видение должно быть простым – это то, куда вы хотите привести вашу пиццерию. Это диктует вам цели, которые в, в свою очередь, определяют проведение ежедневных операций. Ваше видение гибкое, оно может изменяться в зависимости от окружающих условий и обстоятельств. Однако, чем более стабильно ваше видение, тем легче ставить це-

ли для достижения этого видения.

Разбейте свое видение на цели, которые по мере их достижения будут помогать вам достичь своего видения. Затем разбейте цели на временные интервалы: год, месяц, неделя. Детально проработайте свои ежедневные действия необходимые для достижения недельной цели, а затем месячной, а так далее. Такой подход поможет вам отслеживать ваше положение – если вы делаете то, что должны делать ежедневно, вы можете быть уверены, в том, что знаете где находитесь на пути реализации своего видения.

Вот, например, как выглядит видение у некоторых пицца-предприятий: вы можете использовать его для разработки своего собственного видения, которое, конечно, может полностью отличаться от представленного:

К 20.. году иметь открытых пиццерий, состоящих из ... корпоративных и... франшизных объектов и стать одним из ведущих игроков на пицца-рынке региона.

При помощи маркетинговых мероприятий ознакомить потенциальных покупателей региона с нашим брендом и подготовить почву для открытия пиццерий в других регионах.

Бренд ассоциируется с производством настоящей итальянской пиццы.

Создать систему из необходимых механизмов для того чтобы потенциальные франчайзи имели возможность поку-

пать франшизу и развиваться внутри организации.

Постоянно улучшать методы обслуживания покупателей для того чтобы поддерживать клиентскую базу и также быть уверенным что они остаются лояльными бренду, потому что у нас высоко качественный продукт и профессиональная и дружелюбная система обслуживания.

Профессионально вести деятельность всей компании на основе постоянного обучения персонала и упорного труда. Также поддерживать и улучшать нашу эффективность, consistency, качество, прибыльность, и возможности к росту для того, чтобы предоставить возможности, инициативы и бонусы для всех тех, кто работает в компании.

Когда вы открываете новую пиццерию вы несомненно будете решать большое количество задач. Не пропустите этот этап, возьмите время для того, чтобы определить свои ценности и свое видение будущего нового предприятия. Это поможет вам принять правильные решения, которые несомненно приведут пиццерию к успеху.

7. Бизнес-план



Когда вы готовите бизнес-план будьте уверены, что включили синего в следующие ключевые пункты (1):

Общее описание проекта – полное и детальное описание, включающее в миссию предприятия, предлагаемую концепцию, обзор предполагаемых затрат и ожидаемое время возврата вложенных средств.

Описание предприятия – сделанное на профессиональном уровне описание бизнес-процессов, включающее структуру собственности, месторасположение, бренд, форму обслуживания покупателей и уникальные аспекты в предлагаемой концепции.

Анализ пицца-индустрии в предполагаемом районе размещения пиццерии – оценка целевой демографической аудитории, экономическое состояние, инфраструктурные проекты, наличие конкурентов, почему вы думаете, что ваша пиццерия будет иметь конкурентное преимущество находясь здесь.

Операционный план – список повседневных операций и процедур в деятельности пиццерии, включая работу персонала, политику обслуживания покупателей, установку кассовых аппаратов с программным обеспечением и другие механизмы контроля.

Финансовый анализ – план инвестиций, прогнозируемая прибыль/убытки, анализ безубыточности острый, планируемое движение денежных средств и план построения продаж.

Маркетинговый план – ваша маркетинговая стратегия, включающая план продвижения пиццерии через веб-сайты, социальные сети и программы лояльности

К настоящему времени вы определились со своим видением новой пиццерии, а теперь вы должны понять, что ваша компания будет делать, как она будет обслуживать своих покупателей, что продавать и что ваши покупатели будут ожидать.

Следующие шаги – это создание стратегии, которая привет вашу пиццерию в соответствие с местными и российскими законами и правилами. Естественно, эта стадия необходима для построения долговременного успеха. Претворение

всех этих шагов в жизнь позволит сделать переход от концепции к запуску пиццерии без особых трудностей и избежать потенциальных проблем-убийц на этом пути.

Бизнес-план – это ваш карта для достижения успеха, или, по крайней мере, дорога, которая приведет вас к успеху. Однако, более важно то, что бизнес-план будет подталкивать вас решать проблемы еще до того, как они будут возникать.

(4)

Когда вы закончите писать свой бизнес-план вы будете точно знать какую точно сумму вы должны инвестировать в начале деятельности до того момента, когда пиццерия станет прибыльной.

Вы должны определить, как как намереваетесь продвигать свой бизнес на рынок, какой штат потребуется, сделаете прогноз продаж – все это поможет вам принять обоснованные решения.

Создание бизнес-плана первоначально кажется сложным процессом, но этот шаг абсолютно необходим, если вы хотите дать своей будущей пиццерии шанс стать успешной.

Ниже несколько мыслей для создания весомого бизнес-плана.

Примите во внимание, что бизнес-план развивается, и Вы должны регулярно просматривать его, чтобы видеть, когда внести изменения. По крайней мере, просматривайте его ежемесячно, чтобы убедиться, что вы на правильном пути.

Затраты на открытие пиццерии сильно варьируют в зави-

симости от величины и формата объекта. Например, если ваша пиццерия будет работать только на обслуживание заказов с собой или доставку, без обеденного зала, то в зависимости от места расположения ваши затраты могут составить от 1,0 млн рублей или даже меньше. Если вы планируете открыть полноценную пиццерию со всеми видами обслуживания покупателей, в зале, с собой и доставкой, то это уже обойдется в гораздо большую сумму.

Большое количество разных составляющих необходимо проверить специально для нового объекта утвердить для того, чтобы определить полную сумму затрат на его открытие. Вот почему так важен правильно сделанный бизнес-план, в котором вы заложите все предполагаемые затраты как на открытие нового заведения, так и на последующую его операционную деятельность

В дополнение к этим цифрам рекомендуется в бюджете предусмотреть дополнительно 10–20 % на внезапные или непредвиденные расходы, это даст вам определенную подушку финансовой безопасности.

Постарайтесь как можно тщательнее организовать свой пицца-бизнес с самого начала и это определенно поможет избежать головной боли в дальнейшем. Когда бизнес создан правильно вы определенно можете сосредоточиться на самом открытии пиццерий и росте их числа в будущем.

8. Юридическое сопровождение бизнеса



Открытие пиццерии невозможно без получения соответствующих документов. Основная – разрешение на открытие пиццерии на конкретной площади – выдается в Роспотребнадзоре. Чтобы оформить его, эксперты Роспотребнадзора анализируют поданные претендентом документы, выезжают на объект, проверяют его и по результатам этой проверки

выдают следующие документы для открытия пиццерии: санитарно-эпидемиологическое заключение Роспотребнадзора на предмет соответствия помещений пиццерии действующим санитарным нормам и правилам.

Для открытия пиццерии требуются также:

Программа производственного контроля.

Договоры на регулярное проведение дезинсекции, дезинфекции и дератизации.

Ассортиментный перечень изготавливаемой и реализуемой продукции, согласованный с проверяющими органами Роспотребнадзора.

Договор с профильной организацией о вывозе и последующей утилизации ТБО и органических отходов.

Договор о дезинфекции транспорта пиццерии (при наличии услуги доставки).

Договор на оказание услуг прачечной и химчистки для выполнения стирки униформы персонала пиццерии.

Договор на дезинфекцию вентиляционных систем и систем кондиционирования воздуха.

Что касается форм налогообложения, то самый простой и выгодный вариант для пиццерии – это единый налог на вмененный доход (ЕНВД). Так налоги будут ниже, чем при упрощенном налогообложении или основной системе налогообложения (ОСНО). Но ЕНВД законодательно не введен в Москве и Санкт-Петербурге, где большинство пицца-предприятий работает на упрощенной системе налогообложения

(YCH).

9. Создание меню и работа с поставщиками

Italian Dinners

Served with a Small Tossed Salad & Garlic Bread

Spaghetti
With Meatballs, Meat Sauce or Sausage 9.25
With Garlic & Mushroom (red or white) 9.25
With Sauce 7.50
With Clams (red or white) 11.00
With Marinara Sauce 8.25
With Garlic & Olive Oil 8.25

Lasagna 11.00
Baked Ziti With ricotta & sauce 9.25

Two Cousin's Ziti - With mushrooms, meat sauce, ricotta, mozzarella & sauce 11.00

Fettuccini Alfredo 10.00
With creamy orange vodka sauce 9.25

Fettuccini Joe's Style
Chicken breast & white sauce 11.00

Mancotti or Stuffed Shells 10.00
Shrimp Alfredo - Shrimp in an Alfredo sauce, served over linguini 12.00

Lobster Ravioli - Topped with jumbo shrimp in a pink sauce 14.99

Sprinch Ravioli - Served with tomato sauce or Alfredo sauce 11.00

Sprinch Ravioli Primavera - With peas, mushrooms, tomatoes & Alfredo sauce 14.49

Tortellini Primavera - Meat or cheese with mushrooms, tomatoes & peas in a white sauce 11.00

Mexican-Style Quesadillas

A four tortilla filled, folded in half & served with a side of mild salsa & sour cream

Chicken Quesadillas - Chicken, mozzarella & cheddar cheese 6.50

Cheese/Steak Quesadillas - Served with melted onions 7.25

Wraps

Choice of turkey or chicken wrap

Italian - Ham, salami, provolone, onion, artichoke, tomatoes & mayo 6.49

Ham & Cheese - Lettuce, tomatoes, onion, ham, provolone & mayo 6.49

Buffalo Chicken - Chicken steak in a mild sauce, blue cheese, tomatoes & green onions 7.25

Fajita Wrap - Grilled chicken strips, green onions, red onions, cheese, sour cream & mild salsa 7.25

Chicken Caesar - Grilled chicken strips, green onions, Caesar dressing & parmesan cheese 7.25

Turkey - With American cheese, lettuce, tomato & mayo 6.49

Panini

Tomatoes, cheese & pink sauce, served with a side of chips 6.50

Ham & Cheese - Grilled Chicken - Turkey - Italian

ITALIAN DINNERS

SPAGHETTI
With Meatballs, Meat Sauce or Sausage 9.49
With Garlic & Mushrooms (red or white) 9.49
With Sauce 8.29
With Marinara Sauce 8.49
With Garlic & Olive Oil 8.49

LAGONA 11.00

BAKED ZITI
With ricotta, ricotta & sauce 9.49

TWO COUSIN'S ZITI
With mushrooms, meat sauce, ricotta, mozzarella and sauce 11.00

FETTUCCINI ALFREDO 10.00

FETTUCCINI
Chicken, broccoli & Alfredo sauce 11.49

SHRIMP ALFREDO
Shrimp in Alfredo sauce, served over linguini 12.99

MANICOTTI OR STUFFED SHELLS 10.00

LOBSTER RAVIOLI
Topped with jumbo shrimps in a pink sauce 14.99

TORTELLINI PRIMAVERA
Meat or cheese, with mushrooms, tomatoes & peas in a white sauce 11.00

RAVIOLI OR TORTELLINI
Available in meat or cheese, served with red sauce 9.25

GNOCCHI
Served with tomato sauce or Alfredo sauce 10.99

GNOCCHI ALLA PRIMAVERA
With peas, mushrooms, tomatoes & Alfredo sauce 12.99

RIGATONI FORMAGGI
Mozzarella, provolone, American and Parmesan cheese in a pink sauce 9.99

PENNE ALLA VODKA
With a creamy pink vodka sauce 9.25

PENNE FLORENTINE
With beans and spinach 10.25

EGGPLANT OR CHICKEN PARMESAN
Served over spaghetti 11.00

CHICKEN MARSALA
Over spaghetti with mushrooms & a Marsala white wine sauce 12.00

BAKED CHICKEN FORMAGGI
Chicken breast in a creamy four cheese sauce and parmesan cheese coated with bread crumbs 12.00

VEAL PARMESAN
Over spaghetti 12.50

VEAL MARSALA
Over spaghetti with mushrooms in a Marsala white wine sauce 12.50

SHRIMP FRA DIAVOLO 12.99

PENNE OLD BAY
Shrimp, mushrooms, spinach and Old Bay in a creamy Alfredo sauce 13.00

SEAFOOD LINGUINI
Scallops, shrimp and clams in a zesty marinara sauce 12.99

LINGUINI WITH CLAMS
White or red 11.99

WRAPS

Served with chips and your choice of white or wheat wrap

ITALIAN
Ham, salami, provolone, onion, lettuce, tomatoes, mushrooms & mayo 6.99

HAM & CHEESE
Lettuce, tomatoes, onion, ham, provolone & mayo 6.49

BUFFALO CHICKEN
Chicken steak in a mild sauce, blue cheese, mozzarella & cheddar, lettuce, tomatoes & onions 7.49

FAJITA WRAP
Grilled chicken strips, green peppers, red onions, cheese, sour cream and mild salsa 7.49

CHICKEN CAESAR
Grilled chicken strips, romaine lettuce, Caesar dressing and Parmesan cheese 7.49

TURKEY
With American cheese, lettuce, tomatoes and mayo 7.99

PULLED PORK
With chipotle BBQ sauce, fried onions and cheddar 7.99

STEAK & SHRIMP
Chopped steak and shrimp with cheddar and mozzarella 7.99

MEXICAN STYLE QUESADILLAS

A three tortilla filled, folded in half and grilled, served with a side of mild salsa and sour cream

CHICKEN QUESADILLAS
Two stacked and grilled chicken, mozzarella and cheddar cheese 6.99

CHEESE/STEAK QUESADILLAS
Served with melted onions 7.49

WESTERN QUESADILLAS
Two stacked and grilled chicken, mushrooms, green peppers, tomatoes, mozzarella and cheddar cheese 7.49

SHRIMP QUESADILLAS 7.99

PANINI

Tomatoes, onions and pink sauce, served with a side of chips 7.49

HAM & CHEESE, GRILLED CHICKEN, TURKEY, ITALIAN

У вас конечно же есть идея из каких основных блюд будет состоять ваше меню. Теперь настало время добавить и другие группы блюд, такие как закуски, десерты и напитки.

Вы также можете добавить и специфические диетические

позиции, например, вегетарианские позиции и безглютеновые пиццы. Рассмотрим, как создать свое меню, работать с поставщиками и держать отличное качество и низкую себестоимость готовой продукции.

Примите во внимание, что идеально было бы если бы вы закончили этот этап как часть вашего бизнес-плана для того, чтобы включить в него все расходы, связанные с созданием меню и операционными затратами при его совершенствовании.

Вы уже определились, что будете продавать пиццу, но какого стиля? А как насчет выбора вида коржа, сыров, топпингов? Насчет закусок, например, крылышки, сэндвичи, пасты или салаты? Десерты? Напитки? Как насчет добавок в виде толченого красного перца и сыра пармезан, которые стоят на столах? (4)

Если вы сами не можете полностью сформировать меню будущей пиццерии вы можете изучить выбор блюд, предлагаемых в советник заведениях подобного типа или покопаться за идеями в интернете. И не ограничивает себя только пиццериями, ведь рестораны других направлений часто могут стать источников уникальных находок, которые идеально подойдут вашей концепции или помогут дифференцировать вашу пиццерию от конкурентов.

Представители поставщиков также являются отличным источником идей для создания меню тем более, что у них есть понимание многолетних бестселлеров и современных

тенденций в пищевой индустрии.

После того как вы наконец сформировали меню своего заведения, вам необходимо стандартизовать рецептуры всех позиций. Тщательно пропишите технологию создания каждого блюда, включая поименно список ингредиентов, а затем уже начинайте отработку блюд. Сомневаетесь, какой из двух рецептов выбрать? Мобилизуйте родственников и друзей помочь вам с выбором.

Убедитесь в том, что ваша кухня будет способна работать по этим рецептурам, прежде всего, исходя из сложности приготовления и временных затрат.

Для каждой рецептуры напишите список ингредиентов. Затем соберите все ингредиенты в один общий список, который послужит основой для их заказа у поставщиков.

Быстрый поиск в интернете позволит найти крупных оптовиков, но также обратите внимание и на региональных поставщиков, а также тех, которые поставляют специфические позиции. Свяжитесь с 5–6 поставщиками и встретитесь с их представителем.

Когда это произойдет, имейте при себе ваше меню список ингредиентов или же до встречи отошлите их поставщику, представитель которого может посоветовать и предложить что-то по каждой позиции в вашем списке.

Не делитесь предложением одного поставщика с другим, лучше получите предложение с каждого поставщика. Вы сможете увидеть, как они конкурируют между собой по каче-

ству и цене без влияния цены другого поставщика.

Одним словом, вы должны найти такого поставщика, который бы предложил лучшее качество при лучшей цене. Кроме того, при работе с поставщиками обратите внимание на следующие положения:

Попросите поставщика о предоставлении вам «преимущества статуса». Этот режим предполагает наличие фиксированных цен со скидкой на ваше обязательство разместить у поставщика 75 % всего вашего заказа. Сделайте это еще до того, как вы примете решение о том, какого поставщика выбрать, потому что скидки от дорогого поставщика могут быть выше, чем те, которые предлагает экономный продавец.

Внимательно присмотритесь на того поставщика, которого вы собираетесь выбрать.

Небольшие продавцы могут быть хороши при для поставки каких-нибудь 2–3 специальных товаров. Вместе с тем у них часто возникают проблемы с наличием товара на складе, доставкой и качеством. Кроме того, убедитесь, что поставщик подходит вам.

Рекомендуется иметь как минимум двух поставщиков, так как нет таких компаний, в которых бы было высокое качество и лучшая цена для каждого ингредиента. Например, у вас может быть отдельный поставщик мясных ингредиентов и другой – молочных.

Вам также необходим поставщик упаковки и других рас-

ходных материалов. Найдите правильный баланс для своей пиццерии, но всегда помните, что «преимущественный статус» у вас может быть только один.

Думайте о своём поставщике как о деловом партнере и проанализируйте его с этой пиццерии зрения. Узнайте его политику по работе с клиентами и их поддержке, а также его репутацию. Выясните источники поступления их товара, как они работают с поврежденным товаром и возвратом.

Стремитесь рассматривать поставщиков как людей, с которыми вы растите свой бизнес и не принижайте, не обесценивайте репутацию вашего продавца. Рассматривайте ее как ценный ресурс для делового роста.

Коммуникация – это ключевой пункт. Поймите свои ожидания от работы с этим поставщиком и его – от работы с вами. Если вы увидите, что его конкурент предлагает товар по более низкой цене, не принимайте сразу новое предложение, а сначала обсудите его со своим продавцом.

Хороший поставщик будет работать с вами и помогать развиваться вашему бизнесу, ведь у них есть прямой интерес в этом. Скоро на это дело в перспективе, ведь разрыв хороших отношений ради 10 рублевой разнице в цене вряд ли является хорошей идеей.

Как только вы определились со своими поставщиками и ценами (ценами поставщиков и отпускными ценами на блюда своего меню) вы можете вставить эти цифры в свой биз-

нес-план.

10. Местоположение и аренда

AVAILABLE

A photograph of a modern commercial building. The building has a beige stucco upper section and red brick lower sections. A large white sign with the word "AVAILABLE" in red, underlined, sans-serif font is mounted on the beige wall above a glass entrance. The entrance consists of large glass doors and windows. The sky is clear and blue. The building has a flat roof with a dark green trim.

Основными форматами ведения бизнеса в пицца-индустрии являются:

Пиццерии.

Службы доставки.

Россия – это уникальная страна, так, как только в ней есть такая изюминка как «службы доставки» без пиццерий.

Пиццерия – все-таки основная форма организации пицца-бизнеса.

Именно место, где производят пиццу, которое ты можешь посетить, увидеть своими глазами всегда привлекало любителей пиццы. Для того чтобы открыть пиццерию необходимо выполнить целый ряд задач, результатом чего будет открытие нового заведения.

Поиск помещения – самый важный этап в открытии пиццерии.

Американцы всегда говорят, что объект будет успешен только при наличии трех важных параметров «Location, location and location». Эта мантра риелторов действительна при подборе помещения для новой пиццерии. А теперь поговорим о том, как выбрать подходящее место и договориться о приемлемой арендной плате.

Начнем с поиска места для будущего объекта. (1)

Анализ места

Местоположение – это основа успеха. Слишком многие начинающие рестораторы верят в то, что если у них хорошая концепция, то это обязательно приведет к ним покупателей. В действительности же шансы на то, что это случится чрезвычайно малы.

Для оценки потенциального места вы можете использовать следующий список параметров:

Центр города

Деловой район

Колледжи/университеты

Религиозные школы

Больницы

Побережье моря/океана

Парки

Реки

Природные заповедники

Отели

Исторические районы

Правительственные здания

Колледжи

Военные объекты

Основные транспортные магистрали

Озера

Спортивные объекты

Горы

Зоопарки

Торговые центры

Есть специфические детали жизненного уклада людей, которые являются очень важными для успеха всего пицца-бизнеса. Оцените эти особенности для потенциального места расположения всего объекта:

Сколько ещё похожих пиццерий расположено, а выбранном районе?

Если есть возможность, то узнайте уровень продаж в них.

Есть ли в данном районе колледжи, университеты и общежития для студентов?

Большое ли количество работающих матерей в этом районе?

Какое население проживает в выбранном районе?

Это население растет по своей численности, убывает или количество жителей остаётся неизменным в последние годы?

Жители района преимущественно пожилые, среднего возраста, молодые или присутствуют представители всех возрастных групп?

Какова в среднем стоимость домов или из аренды в этом районе?

Какой подушевой доход для жителей района?

Сколько в среднем человек в семье.

Есть ли в районе свободные здания или помещения, подходящие для размещения объектов общественного питания?

Если ли местные нормы для зонирования территории района и размещения парковок? Когда будете обдумывать такие факторы, как влияние окружения, доступность и видимость вашего объекта примите во внимание местные естественные препятствия, такие как холмы, реки и мосты.

Пиццерии обычно процветают возле колледжей, потому что студентам нравится есть пиццу. Другим отличным местом для пиццерии может быть то где проживает большое количество работающих членов семьи. Матери, которые работают целый день, часто нуждаются в каком-то варианте быстрой еды на ужин. Вне зависимости от того, как ты тратишь время в течение дня – проводишь целый день на работе, посещаешь родительское собрание в школе, футбольный матч команды твоего сына, или как-нибудь ещё, ваша пиццерия, работающая по соседству, может стать посланным богом спасением для работающих отцов и матерей. Также отличным расположением для пиццерий являются деловые районы. Если ваш объект расположен в районе с большим количеством офисов вы обязательно должны ввести бизнес-план для работников предприятий, расположенных вокруг вас.

Когда вы открываете свой объект на новом месте подумайте о том, как сделать его так, чтобы он соответствовал условиям окружения и был им востребован. Но когда вы открываете пиццерию в новом месте вы можете подобрать то

окружение, которое лучше всего подходит для вашего заведения

Большинство пиццерий имеют зону доставки с радиусом 4–7 километров. Таким образом, лучше всего открывать пиццерию в таком месте, где есть покупатели, т. е. здесь они живут, работают, развлекаются. Примите во внимание, что если поблизости от вашего заведения расположено большое озеро, лесной массив или аэродром, то они тоже попадают в зону доставки и эта часть зоны будет пуста от заказов.

Кроме того, отличная идея провести исследования потоков автомобилей и пешеходов в зоне доставки для того, чтобы оценить, как много людей и автомобилей проходят и проезжают мимо выбранного вами потенциального объекта каждый день. Места с большим трафиком будут более успешны.

Также начните проводить исследование демографии потенциальных покупателей. Конечно, пиццу любят люди всех возрастов, но жилые дома, на которых живут представители среднего класса будут более прибыльными, чем деловые районы города. Пиццерия, расположенная вблизи колледжа, продаст больше пицц, чем та, которая рядом с домом престарелых.

Следует обращать внимание на такие параметры демографии зоны доставки как возраст, количество проживающих, жизненные традиции и привычки, уровень дохода – это необходимо чтобы понять соответственно ли это место расположение будущего объекта вашей концепции и достаточ-

но ли в зоне доставки ваших покупателей для прибыльной работы пиццерии.

Другим важным путем исследования вашего рынка является создание фокус групп, представляющих репрезентативную выборку возможных покупателей зоны доставки. Они могут дать объективные ответы на ваши вопросы, которые помогут вам принять необходимые и обоснованные решения.

После того как вы сделали короткий список потенциальных мест проанализируйте деятельность конкурентов в зонах доставки, для того чтобы понять, что они предлагают, по какой цене, как они обслуживают своих покупателей и определите уровень «здоровья» их объектов.

Если вы хотите конкурировать вы должны предложить что-то другое и более привлекательное. В тоже время если у ваших конкурентов бизнес идет хорошо, вы должны понять, что они все делают правильно. Обращайте внимание на такие детали как цены на разные позиции меню, какое время обслуживания заказа в пиццерии и при доставке, какие форматы они применяют в зале, с собой, доставка), есть ли у них плата за доставку. Закажите пиццу у своих конкурентов, и вы сможете оценить те направления, по которым конкуренты могли бы улучшить свою работу, а затем примените эти идеи в деятельности своей пиццерии. Вы можете даже «сыграть под дурака» то есть прийти к ним в пиццерию, спросить, как идут дела и тщательно про анализировать их работу. В кон-

це концов, если вы планируете открывать пиццерию в зоне, доставки которой у других работающих пиццерий дела идут не блестяще или они вообще закрываются, вы должны обдумать все еще раз.

Вы должны хорошо знать свою зону доставки для того, чтобы хорошо ее обслуживать, поэтому найдите время для того, чтобы еще раз критически проанализировать это место расположение до подписания договора аренды. Обдумайте какие есть или могут быть сложности с этим объектом, а также причины возможной неудачи. Чем более пессимистичный подход вы выберете на этом этапе, тем больше будут ваши шансы найти отличный объекта, который приведет вашу пиццерию к успеху.

Рейтинг возможного места для пиццерии

Используйте этот метод для определения рейтинга для возможного расположения вашего заведения. Наша оценка: "А" = отличный, "В" = хороший, "С" = средний и «D» = плохой.

ФАКТОР	ОЦЕНКА
1. Хорошее место для ваших целевых покупателей	
2. Все необходимые продукты могут быстро доставить	
3. Оцените ситуацию с конкурентами в выбранном районе	
4. Близость к местным достопримечательностям	
5. Квалификация персонала, проживающего в районе	
6. Местный уровень зарплаты для персонала	
7. Наличие парковок	
8. Наличие коммунальных услуг	
9. Напряжённость автомобильного и пешеходного трафика	
10. Уровень налоговой нагрузки	
11. Уровень полицейской и противопожарной защиты	
12. Возможность аренды жилья для персонала	
13. Информация о школах в районе, а также о проводимых в районе мероприятиях	
14. Есть ли здание/помещение, подходящее для вашего бизнеса?	
15. Вид и стоимость здания/бизнеса	
16. Есть ли в районе возможности для расширения бизнеса?	
17. Оцените возможности этого места через 10 лет.	

Население и демография

Население и демография – это факторы, которые также необходимо рассмотреть при выборе места для нового заведения. Демографические характеристики для оценки включают такие как:

Плотность населения

Возрастные группы

Статистика занятости

Личный доход

Этнические популяции

Девиз успешного пицца-предприятия должен быть – покупатель на всю жизнь.

Кто Ваши покупатели?

Необходимо понять кто они исходя из следующих параметров:

- возраст
- пол
- уровень дохода
- образование
- собственность (квартира/дом).

Вашим главным приоритетом будут, те покупатели, которые захотят купить вашу пиццу. По мере того, как вы будете все больше узнавать зону вашей доставки, вы будете пересматривать свой план, включая новых потенциальных покупателей.

Есть два подхода к решению этой задачи – нанять риэлтерскую компанию или искать помещение самим. Если вы идете первым путем, то у вас есть возможность посмотреть некоторые объекты еще до того, как они действительно освободятся и появятся на рынке недвижимости. Потому что у риэлтерских предприятий есть агенты, которые заранее знают, что и когда должно появиться на рынке.

Если же вы используете метод «сделай сам», то это будет гораздо медленнее, вы затратите больше времени на поиск качественного помещения. Однако, у вас будет возможность самим увидеть разные предложения.

Вне зависимости какой метод вы выберете, прежде всего необходимо составить список критериев, которые вы бы хо-

тели видеть у своего объекта. (4)

Например, вы должны рассмотреть такие вопросы:

- размер помещения и его расположение
- размер зала для посетителей
- видимость
- наличие больших витринных окон
- что вокруг
- пешеходный траффик
- автомобильный траффик
- наличие парковки
- туалеты для посетителей и персонала
- устройство кухни
- соответствующая вентиляция
- холодильная камера
- кондиционирование
- доступность
- возможность ремонта и стоимость ремонта.

Кроме того, вы узнать, как можно больше об этом месте.

Например:

- какой бизнес здесь был раньше
- был ли он успешен или провалился, если второе, то в чем причина?
- какие изменения в этом помещении необходимо сделать до переезда в него и сколько это стоит?
- какое общее состояние этой недвижимости? Не течет ли крыша? Не затапливалось ли это помещение?

– конструкция здания должна подходить для работы точки общественного питания.

Чем больше вы узнаете об этом помещении, тем лучше будет ваша позиция в переговорах. Поймите, что положение объекта играет очень важную роль в вашем успехе, например, пиццерия на перекрестке улиц имеет гораздо лучшую видимость чем такой же объект в торговом центре.

Уже готовое помещение потребует меньших затрат на ремонт и открытие.

Для большинства пиццерий – отличная видимость является решающим параметром. Не делайте ошибку думая, что большинство ваших клиентов будут ехать поесть в ваше заведение во вполне определенное место. Кроме того, уже на этом этапе вы должны определиться с форматом вашей пиццерии. Так, если вы думаете только формате «заказ с собой» и/или «доставка», вам потребуется значительно меньшее помещение чем если вы думаете о полноценной пиццерии – обслуживание в зале, заказы и собой и доставка.

Кроме того, необходимо заранее ознакомиться с топографией выбранного помещения для того, чтобы понять, как она повлияет на время доставки.

Маркетинговые исследования могут показать большое количество потенциальных покупателей в радиусе 5 км от объекта, но если вдруг на карте вы увидите большое озеро или железную дорогу между вами и этими клиентами, то вам

придется побороться за хорошее время доставки и уровень прибыли.

В конце концов, подумайте о рынке своего обслуживания. Ведь для того, чтобы вы могли предложить эффективное обслуживание, большинство ваших потенциальных покупателей должны находиться, работать или жить, в радиусе 5–7 км или 5 минут езды от вашей пиццерии.

Наконец, вы нашли отличное помещение, настало время поговорить о цене аренды. Отличная идея привлечь на этом этапе риелтора, если у вас он есть. И вы в любом случае должны посоветоваться со своим юристом до момента подписания договора аренды.

О чем, прежде всего, надо договариваться с владельцем арендуемого помещения:

– **Цена:** всегда предлагайте цену ниже предложенной арендодателем. Никогда сразу не соглашайтесь с его ценой.

– **Первоначальные «дедушкины» каникулы :** постарайтесь получить как можно больший период свободный от выплаты арендной платы, включающий время необходимое для проведения ремонта, открытия и становления вашей пиццерии на новом рынке. Обычно вы можете договариваться о периоде от 1 до 3 месяцев, хотя некоторые арендодатели могут согласиться и на больший период.

– **Текущий/Бывший арендатор/ы:** если вы сможете уговорить текущих или бывших арендаторов позволить вам ознакомиться с их договорами аренды, а также поговорите с

ними о том, как им работалось с арендодателем то, получите определенную информацию, которая усилит ваши позиции в переговорах.

– **Ремонт и неотъемлемые улучшения:** сначала определите какой ремонт необходимо сделать, затем кто это будет делать и кому, в конце концов эти улучшения будут принадлежать. Владельцы новых помещений на улицах и помещений в торговых центрах гораздо чаще захотят переложить все затраты на улучшения на вас.

– **Ежегодная индексация арендной платы:** будет ли ваша арендная плата увеличиваться каждый год? На какой процент?

– **Как давно это помещение на рынке аренды:** как долго это помещение находится в списке предлагаемых помещений? Если оно находится в этом списке уже месяцы или даже годы, то, то у вас гораздо сильнее позиция чем если вы договариваетесь о новом «горячем» помещении с большим количеством желающих его получить.

– **Депозит:** большинство арендодателей требуют страховой депозит, плюс арендную плату за первый и последний месяц аренды вперед, что может составить внушительную сумму. Например, сам страховой депозит часто составляет от 1 до 10 сумм месячной арендной платы.

– **Длительность договора аренды:** если вы заранее настроены на длительную аренду, то вы можете выторговать лучшие условия аренды. Но никогда не делайте этого пока

абсолютно не уверены в том, что расположение помещения является превосходным.

– **Тройной уровень аренды (арендная плата плюс налоги плюс страховка):** убедитесь, что налог на эту недвижимость и страхование уже включены в стоимость аренды. Если нет, то узнайте какова их величина и кто их оплачивает.

– **Коммунальные платежи:** очень редко коммунальные платежи включаются в арендную плату. Но вы всегда должны это уточнить.

– **Ответственность:** что случится если протечет крыша или потолок? Кто заплатит за это? Во многих договорах аренды арендодатели являются ответственными за все что происходит снаружи от сдаваемого помещения, а Вы, арендатор, за все, что происходит в арендуемых 4-х стенах. Убедитесь, что в договоре аренды ясно определены сферы ответственности.

Запомните, обо всем можно договариваться, но если вы никогда не задаете вопросы вы никогда не узнаете, что могла бы быть и более лучшая сделка. В конце концов, самое плохое, что они могут сделать, это сказать «нет».

И наконец, совет: не позволяйте волнению влиять на принятие плохого решения. Это нормально доверять своим инстинктам, но все же удостоверьтесь, что проведенный вами анализ арендуемого помещения, пешеходный траффик мимо него, все, что вокруг него и его хорошая видимость – под-

тверждают Вашу интуицию – это именно то место, в котором
меня ждет успех. (4)

11. Оборудование и инвентарь



Проектирование пиццерии имеет свои особенности, связанные с необходимостью соблюдения строгих санитарных правил. На кухне нужно выделять отдельные цеха для разных процессов, тщательно спроектировать вентиляцию, отопление и подачу воды.

Удобнее всего создавать рестораны в новых зданиях, специально спроектированных под заведения общепита, но для

опытного проектировщика нет ничего невозможного и в реконструкции готового помещения.

Проект ресторана во многом зависит от его размера и ассортимента, количества персонала, системы хранения и мойки посуды – и, конечно, концепции. Очень важное значение имеет также и отделка зала, которая определяется уровнем и концепцией заведения.

Необходимое оборудование:

если вы решили открыть свою пиццерию, то, несомненно, главным вопросом для вас будет приобретение качественно-го профессионального пищевого оборудования.

Количество оборудования, необходимого для оснащения пиццерии, напрямую зависит от типа заведения, которое вы открываете. Если вы планируете открыть предприятие по доставке пиццы, то можно ограничиться только качественной печью для пиццы. Но если ваш выбор – полноценная пиццерия, то тут лучше не экономить и приобрести полный комплект оборудования. Нужно учесть все – вам обязательно потребуются печи для пиццы и оборудование для приготовления основы и начинки – тестораскаточные машины, тестоделители, мукопросеиватели, тестомесы, овощерезки, миксеры, а также охлаждаемые столы для сбора пиццы и прочее нейтральное оборудование. Кроме этого, важно предусмотреть наличие необходимого количества холодильников – их должно быть, как минимум три: для овощей, мяса и рыбы.

Матрица оборудование для пиццерии:

– Печь для выпекания пиццы

– Холодильный стол для приготовления пиццы (мей-
клайн)

– Холодильная камера (холодильники)

– Морозильная камера (морозильник)

– Производственные столы из нержавеющей стали

– Настенные полки

– Овощерезка

– Слайсер

– Стеллажи

– Кофемашина

– Тестомес спиральный

– Весы, до 15 кг

– Весы, до 100 кг

– Поддоны пластиковый

– Прилавок

– Фритюрница (опция)

– Вакууматор (опция)

Список (матрица) инвентаря для пиццерии. Мы можем составить список этапов, на которых нам необходим инвентарь.

Приготовление теста

– Лотки для теста (600*400*130, 600*400*100, 600*400*70) с крышками. При этом высота бортика лотка (70 мм, 100 мм или 130 мм) зависит от того, какой вес шаров теста, которые мы планируем поместить в эти лотки для созревания и/или хранения. Обычно мы применяем следующую схему:

70 мм – вес шаров теста до 330 граммов

100 мм – вес шаров теста до 620 граммов

130 мм – вес шаров теста свыше 620 граммов.

– Тележка для лотков

– Скребок для теста

– Лопатка для теста

Растягивание теста

– Лотки для теста (600*400*130, 600*400*100, 600*400*70) с крышками

– Тележка для лотков

– Скребок для теста

– Лопатка для теста

Приготовление пиццы

- Ножи для нарезания пиццы
- Скрины для выпекания пиццы разных размеров
- Противни разных размеров и формы
- Доска для нарезания пиццы
- Лопаты, разных размеров и для разных работ

Доставка и подача пиццы

- Термосумки
- Подставки для пиццы
- Доски для подачи пиццы
- Пицца-сейверы

Очистка печи

- Скребки и щетки для очистки печи.

Кроме того, понадобятся

Лексаны с крышками (1, 1/2 1/3, 1/6, 1/8)

Термометры (настенный, складной термометр, термометр с возможностью подключения зондов)

При этом компания Gimetal, http://www.gimetal.it/index_en.php, выпускает инвентарь, полностью закрывающий потребности любого предприятия.

Остановимся на двух основных единицах оборудования

– печь для выпекания пиццы

– холодильный стол для приготовления пиццы (мейклайн).

Только эти две позиции из всего набора оборудования являются специализированными, т. е. используются, в основном, только для приготовления пиццы. Все остальные позиции мы относим к общему оборудованию.

Печь для пиццы – вид профессионального теплового оборудования, размещаемый на предприятиях общественного питания и предназначенный для выпекания пиццы. Это сердце пиццерии, ее главный производственный и, иногда, шоу-элемент. С развитием рынка приготовления **пиццы** также стал широко развиваться рынок специализированного оборудования, необходимого для её выпекания. Выбор печей для пиццы достаточно широк как по методам приготовления, так и по производительности. Но как выбрать «правильную» печь для своей пиццерии? Давайте рассмотрим все «за» и «против» того или иного вида печей.

Классификация печей для пиццы

Печи по принципу их работы подразделяют на два основных типа:



Подовые



Конвейерные

Подовые печи по типу используемого энергоносителя подразделяются на:

Электрические

Дровяные (другое название этих печей «Помпейская»)



Газовые

Конвейерные печи по типу энергоносителей подразделяются на:

Электрические

Газовые

Подовые печи для выпекания пиццы

Почти всегда дровяные печи относят к отдельной группе, хотя это разновидность подовых печей. Поэтому в дальней-

шем мы будем говорить о них отдельно. Подовые печи для пиццы работают на электричестве или газе. Своим названием «подовая» данная печь обязана камню, «керамическому поду» внутри печи, который составляет нижнюю часть, пол, печи. Принцип работы подовой печи можно описать следующим образом:

– внутри рабочей камеры установлены трубчатые нагревательные элементы (в верхней, нижней, а иногда и в боковой части), которые нагревают камеру до установленной пользователем температуры.

– на полу печи установлен керамический под, на котором происходит приготовление пиццы. При этом, пиццу для выпекания можно помещать как непосредственно на под, так и вносить в рабочую камеру на скрине или в противне (стальном или алюминиевом).

– примерно на середине времени выпекания необходимо открыть дверь печи и с помощью лопаты с круглой головкой повернуть пиццу на 180 градусов, поместить ее на то же самое место на поде и закрыть дверь печи. Это необходимо делать для более равномерного выпекания корочки, так как в большинстве печей дешевого и среднего ценовых сегментов существует небольшая разница (5–8 °С) в температуре между передним и задним отделами печи. И значит пицца, оставаясь статично на одном месте на протяжении всего времени выпекания, получит разные по окраске передний и задние края, что крайне нежелательно.

Подовые печи имеют более компактные габаритные размеры. Если вам необходимо увеличить производительность пиццерии достаточно купить еще одну такую же подовую печь и установить ее на первую.

1, 2 и 3-х ярусные печи для пиццы

Печи для приготовления пиццы бывают 1, 2 и 3-х ярусными. Наличие внутренней подсветки и смотрового окошка позволяет визуально контролировать процесс приготовления, не открывая при этом дверцы печи. В бюджетных моделях термометры предлагаются как опция, в то время как более дорогие модели имеют такие термометры в стандартном оснащении. Такие термометры позволяют более точно контролировать температуру в рабочей камере. Подовые печи являются более экономичными в применении чем их конвейерные аналоги.

Принцип работы такой печи заключается в выпечке пиццы на каменной поверхности, которая располагается под камерой. Время приготовления пиццы в подовой печи составляет 4–6 минут. На передней панели печи помощью терморегулятора (механического или цифрового) выставляют температуру нагрева верхних и нижних тенев. Рабочая температура у подовых печей лежит в диапазоне 260 °С-400 °С. Иногда подовые печи дорогого сегмента, например, модели PizzaMaster (BakePartner, Швеция) оснащаются дополни-

тельными функциями:

Высокотемпературная версия 500 °С

Полуавтоматическое открытие дверцы

Подовые печи дешевле конвейерных, однако более сложны в эксплуатации и обслуживании.

Классификация подовых печей для пиццы

• по вместимости:

– небольшие (на 2–4 пиццы диаметром 35 см)

– средние (на 6–10 пицц диаметром 35 см.)

– большие (от 12 пицц диаметром 35 см.)

• по количеству уровней:

– 1– уровневые

– 2х – уровневые

– 3х – уровневые

• по типу питания:

– газовые

– электрические

Технология работы на подовых печах

Предварительно подготовленную пиццу в форме для пиццы или без неё выкладывают на под печи, и производят выпекание готовой продукции в течение 6–8 минут. Глав-

ным критерием, по которому выбирается **печь для пиццы**, внутренние и внешние размеры рабочей камеры печи, ведь от этого зависит ее производительность, а значит и эффективность деятельности пиццерии. Самыми распространенными являются подовые печи, позволяющие размещать до 4-х пицц диаметром 30–35 см. Чаще всего электрические печи имеют подключение в 380 вольт.

Преимущества:

- среднее энергопотребление
- получение хрустящей корочки
- небольшие габаритные размеры
- возможность «многоэтажного построения», т. е. размещение второй (третьей) друг на друга на одной общей подставке

• невысокая цена

• Недостатки:

• постоянная тепло потеря при открывании двери печи, что особенно видно в пиковые часы работы пиццерии, когда температура печи резко снижается

• низкая теплозащита

• наличие градиента температур между передним и задним отделами печи

• горение днища пиццы при выкладке непосредственно на под печи

• необходимость постоянной чистки пода после выпекания каждой пиццы

Дровяные печи для выпекания пиццы

Дровяные печи для пиццы являются классическим вариантом печи для приготовления пиццы. Данный вид печи производится из специальных огнеупорных материалов и шамотного основания, выдерживающего значительные температурные нагрузки (до 1250 °С). Свод печи выполнен в виде полусферы, благодаря чему нагретые воздушные массы внутри печи циркулируют снизу вверх, осуществляя приготовление. Топливом в таких печах служат дрова лиственных пород древесины, древесный уголь, топливные брикеты. Температура приготовления классической итальянской пиццы 350 °С-400 °С (неаполитанской до 500 °С), а время 2–3 минуты (неаполитанской 1,5 минуты). В пиццериях устанавливаются чаще всего непосредственно в торговый зал заведения, дабы производить впечатление на гостей приготовлением пиццы у них на глазах.

Классификация дровяных печей для пиццы

- по методу установки:

- встраиваемые (не имеет декоративной облицовки, встраивается непосредственно в конструкцию стены торгового зала заведения)

- готовые (печь имеет законченный товарный вид, облицована металлическими панелями, керамической плиткой либо мозаикой)

– передвижные (устанавливаются на автоприцепы, и применяются на выездных мероприятиях и праздниках).

- по методу поставки:

– в сборе (печь, готовая к установке, находится в собранном состоянии, вес нередко колеблется от 1 до 3 тонн, и габаритными размерами более кубического метра, с чем связана проблематичность внесения и установки в случае малых проёмов)

– в разобранном виде (печь в разобранном состоянии, которая вносится в помещение установки по частям, а затем монтируется и обшивается на месте профессиональным печником.)

- по вместимости:

– небольшие (на 2–4 пиццы диаметром 35 см.)

– средние (на 6–10 пицц диаметром 35 см.)

– большие (от 12 пицц диаметром 35 см.)

Технология работы на дровяных печах

Внутри печи (посередине, дабы прогреть под, нижнее основание печи) выкладывают топливо и разжигают. По истечении 40–60 минут и набора температуры 400–500 °С горящее топливо отодвигают к правой или левой стене печи, за счёт чего достигается равномерное движение тепловых масс. Пиццу выкладывают непосредственно на под печи и готовят, поворачивая её поворотной лопатой для пиццы для наиболее

равномерного приготовления. По истечении 2–3 минут (время приготовления тонкой итальянской пиццы) пиццу извлекают из печи. В случае приготовления американской пиццы, на толстом тесте, рекомендуется понизить температуру в печи до 250 °С – 280 °С, и применять керамические формы для выпечки пиццы.

Дровяные печи «работают» на углях или на дровах. Такое оборудование подчеркнет интерьер любой пиццерии, привлекая тем самым потенциальных клиентов. Дровяная печь для пиццы придаст ей особый, пикантный вкус. К слову, дровяная печь была найдена в раскопках города Помпеи, что является прямым доказательством того, что родиной пиццы является вовсе не Неаполь, а Греция. С тех пор конструкция таких печей оставалась практически неизменной. Но технический прогресс сделал свое дело и в конструкции дровяных печей появились некоторые изменения: ее сделали передвижной, для изготовления начали использовать огнеупорные материалы.

Преимущества:

- красивый внешний вид
- привлекательность при установке в торговом зале
- запах костра
- не требует газа и электроэнергии
- средний ценовой диапазон

Недостатки:

- использование открытого огня до недавнего времени было основным недостатком, однако в настоящее время благодаря установке над дровяной печью специального гидрофилтра, очищающего воздух от продуктов горения и понижающего температуру, что сделало возможным установку дровяных печей в любом помещении
- время разогрева печи (от 60 до 90 минут)
- использование более угля и дров, что является более дорогим топливом по сравнению с газом или электричеством
- большой вес и размеры, что приводит к необходимости большего

Конвейерные печи для пиццы

Конвейерные печи для пиццы в отличие от дровяных и подовых печей, используют не прямой ИК-нагрев, а конвекционный. То есть приготовление пиццы путём её передвижения по движущемуся конвейеру через рабочую область печи, в которой она подвергается термической обработке за счёт циркуляции нагретых воздушных масс. Из всех типов печей для пиццы работа на конвейерных печах является наиболее простой, и не требует особого профессионализма от пиццайоло.

Классификация конвейерных печей для пиццы

- по производительности:
 - небольшие (до 12 пицц/час)

- средние (до 24 пицц/час)
- большие (свыше 24 пицц/час)
- по методу установки:
 - настольные
 - напольные
- по типу питания (потребляемой энергии):
 - электрические
 - газовые

Технология работы на конвейерных печах

Перед работой на конвейерной печи, выставляют необходимые параметры приготовления, такие как:

- температура, обычно 250 °С-280 °С,
- время прохождения ленты конвейера через горячую зону – 5–8 минут. При этом, чем выше скорость движения ленты конвейера, тем меньше пицца задержится в горячей зоне печи.

Приготовленная на мейклайне пицца на специальной решетчатой форме для выпечки пиццы (скрине) помещается на ленту конвейера, которая медленно передвигает скрин в горячую рабочую зону, где выпекается продукция, а затем пицца появляется с другой стороны конвейера, уже в готовом виде. Пиццу забирают лопатой вместе со скрином с ленты конвейера, помещают на стол для нарезания пиццы (кат-

тейбл), нарезают и переносят либо на поднос (для обслуживания в зале), либо в коробку (для заказов с собой или на доставку). Поднос и коробку обычно размещают на полке с подогревом, где они находятся 3–5 минут, до того, как их заберет продавец/официант или водитель доставки.

Преимущества:

- равномерный нагрев и пропекание
- отсутствие необходимости слежения за приготовлением

Недостатки:

- большие габаритные размеры
- высокая цена
- высокое энергопотребление

Негласно считается, что газовые печи экономичней, а вот электрический ее аналог более удобен в эксплуатации: в таком случае нет необходимости в подводке газовых сетей. Печи, в которых в качестве топлива используется метан, природный газ или бутан, состоят из горелки, которая располагается под камерой приготовления, она нагревает камеру снизу-вверх. Естественно, в такой печи температура будет неравномерной: внизу камеры она всегда будет выше, чем сверху. Газовые печи лучше всего подходят для приготовления пиццы на противнях.

Электрическая печь для пиццы превосходно подходит для

выездной торговли или для использования ее в небольших заведениях общественного питания. К тому же, электрические печи легки в эксплуатации. Применение современной электроники в печах сделало регулировку рабочей температуры легче и точнее.

Расхождение температуры в несколько градусов считается в пределах нормы и не влияет на конечный продукт. Одной из разновидностей электрических печей являются мини-печи для пиццы, которые рассчитаны на приготовление одной, максимум двух пицц стандартного размера. Такая печь идеально подойдет для небольших бистро с маленьким потоком клиентов или для домашнего использования. Приготовить ароматную пиццу можно за 15 минут, к тому же, в такой печи можно разогревать ранее приготовленные блюда или даже полуфабрикаты.

Суть работы конвейерных печей состоит в движении пиццы через печь при помощи конвейера по рабочей камере. Блюдо готовится за то небольшое время (от 3 до 5 минут), которое оно находится на конвейере благодаря работе ТЭНов. Вероятность подгорания пиццы в конвейерной печи минимальна. Потребляемая мощность достигает порядка 30 кВт, рабочая температура лежит в пределах от 300 до 350 °С, вес достигает до 500 кг.

Более дорогие модели оснащаются системой, которая контролирует равномерное распределение горячих потоков воздуха по всей рабочей камере. Конвейерные печи предназначены для непрерывного приготовления пиццы и другой выпечки из теста и начинки, а также различных гастрономических блюд (пироги, бутерброды, закуски, мясо и т. п.). Корпуса печей выполнены из нержавеющей стали, для удобства эксплуатации имеются колесики, а степень нагрева нижней и верхней поверхности печи регулируется независимо друг от друга.

На рынке представлен достаточно большой ассортимент подовых печей для пиццы таких известных производителей, как PizzaMaster, MorelloForni, Sveba Dahlen, MEC, Fimar, G. A.M, Cuppone, Bartscher, InoxElectric, RollerGrill, SGS, PizzaGroup, Sirman, Опест, EWTINOX, Pimak, Fimar, GAM, MASTRO, MEC, GGF, Cuppone. Конвейерные печи представляют американские фирмы Middleby, XLT, Lincoln и итальянские Zanolli и OEM.

Мейклайн



Мейклайн или холодильный стол для собирания пиццы представляет из себя гибрид холодильника и рабочей поверхности (столешницы) для приготовления пиццы. Он состоит из четырех частей:

- охлаждаемой верхней части (горки), которая предназначена для хранения компонентов
- стола
- холодильных отсеков или выдвигаемых ящиков разного назначения внутри стола
- холодильного агрегата с различными устройствами для

регулирования и установки температурного режима.



Во время работы на мейклайн сотрудник может производить тесто, работать с топпингами и собирать пиццу. При покупке холодильного стола необходимо, в первую очередь, учесть из какого материала сделана столешница. Для работы с тестом и приготовления пиццы лучше всего подходит столешница из мрамора или гранита.

Преимущества такой столешницы:

– к ней не прилипает тесто, поэтому ней удобнее и проще

раскатывать шары теста

– она не нагревается, всегда остается холодной, а на холодной поверхности процесс ферментации идет очень медленно.

12. Персонал



Персонал – важнейшее звено в любой пиццерии. Минимальный штат для пиццерии должен включать в себя 2–3 пиццайоло, работающих посменно и двух помощников повара, двух кассиров, двух официантов, уборщицу и грузчика. Бухгалтера и администраторов можно привлечь на основе аутсорсинга, так как содержать их в штате дорого и, по большому счету, не нужно.

Вот список документов, которые необходимо сдать при

приеме на работу:

Паспорт

ИНН

Карточка пенсионного страхования (СНИЛС)

Военный билет для мужчин призывного возраста до 27 лет.

Медицинская книжка

Фотографии

Диплом об образовании

Трудовая книжка

Справка с прежнего места работы об отчислениях и совокупном доходе – опцион

Копия свидетельства о рождении ребенка (до 18 лет, если такие есть) – опцион

13. Обучение



У вас может быть опыт работы в пицца-индустрии. Обычно страховые компании и арендодатели не работают с теми, у кого нет больших знаний в пицца-бизнесе, но они хотят открыть пиццерию. Они работают только с теми, у кого есть успешный опыт и обученный персонал. Но, по-прежнему, все эти годы вашего предыдущего опыта, не подготовили полностью к тому что может ждать вас при запуске нового объекта, маркетинге и развитии успешной пиццерии. К счастью, есть технологии, которые применяются для того, чтобы упростить производственные процессы, помогают избежать дорогих ошибок и, тем самым, резко увеличить ваши

шансы на успех.

Если у вас или нет многолетнего опыта, доказано, что инвестирование в обучение является одним из лучших решений, которое вы можете принять.



Есть разные направления обучения, которые вы можете применить к себе и к своему персоналу для того, чтобы вести успешный пицца-бизнес. Я рекомендую применять все эти направления для того охватить разные направления пицца-бизнеса и узнать о сложных вопросах, с которыми вы можете столкнуться и о способах их решения.

14. Открытие объекта

Удачно расположенная пиццерия на 40 мест окупается примерно за пару лет или меньше. На такую окупаемость можно рассчитывать при 75 % загрузке зала и 300–400 % наценке. Стоимость открытия напрямую зависит от формата.

Самый дешевый вариант

– доставка пиццы: вложения в организацию производства составят от 500 000 до 1 000 000 рублей.

– организация небольшой пиццерии (до 80 кв. м) с набором оборудования, одним POS-терминалом и программным обеспечением к нему, инвентаря и мебели составит до 1 500 000 рублей,

– полноценная пиццерия с 3–4 форматами обслуживания (на месте, с собой, доставка и по звонку) – от 3 000 000 до 8 000 000 рублей

– небольшая пиццерия на фудкорте обойдется вам в 1 500 000–2 000 000 рублей.

Мы еще в бизнес-плане говорили о том, что основными расходными статьями являются:

Закуп продовольствия (20 %-25 % от продаж)

Аренда помещения (10 %-15 % от продаж)

3, Заработная плата сотрудников с налогами и отчислениями (20 %-30 % от продаж)

Но если первый параметр является более-мене постоян-

ным, то уровень арендной платы и зарплаты сотрудников во многом обусловлены месторасположением объекта.

При открытии пиццерии или службы доставки необходимо оформить ряд документов. Прежде всего, уведомить региональное или городское подразделение Роспотребнадзора об открытии объекта потребительского рынка. Затем также уведомить местные органы власти, которые в большинстве регионов требуют внесения вашего объекта в местную дислокацию объектов потребительского рынка.

При открытии объекта также требуются: 1. Постановка на учет контрольно-кассовых машин в налоговой инспекции 2. Ассортиментный перечень продукции, изготавливаемой и реализуемой, в вашем заведении 3. Программа производственного контроля для пиццерии. Вы ее можете сделать сами. Но я рекомендую воспользоваться помощью ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии».

Договоры на проведение дезинсекции, дезинфекции и дератизации арендуемого помещения по согласованному графику.

Если это не предусмотрено договором а арендатором, то необходимо заключение договора о вывозе и последующей утилизации твердых бытовых отходов (ТБО), а также органических отходов (ОО) со специализированным предприятием

Договор на оказание услуг прачечной и химчистки для выполнения стирки униформы персонала пиццерии. Дого-

вор должен быть всегда, большинство предприятий не пользуется этой услугой, но символический договор имеют. Или ставьте стиральную машину на предприятии.

Договор на очистку и дезинфекцию вентиляционных систем, систем кондиционирования воздуха. Дело в том, что в вентиляционных коробах накапливается масло, испаряется при выпекании пиццы и оседает на внутренней поверхности коробов. Это очень горючий материал.

Такой же договор заключается со специализированной компанией, которая будет производить очистку жироловителя и канализационных труб.

Договор о дезинфекции транспорта если вы осуществляете доставку продуктов, например, теста, из производственного комплекса в пиццерию.

Что касается форм налогообложения, то самый простой и выгодный вариант для пиццерии – это единый налог на вмененный доход (ЕНВД). Так налоги будут ниже, чем при упрощенном налогообложении или основной системе налогообложения (ОСНО). Но ЕНВД законодательно не введен в Москве и Санкт-Петербурге, где большинство пицца-предприятий работает на упрощенной системе налогообложения (УСН).

План открытия новой пиццерии

Определение формата и размеров открываемого объекта. Одно дело если вы открываете службу доставки. Это как бы – мини-пиццерия и по площади, и по «открытости». В ее деятельности нет прямого контакта между объектом и покупателем. Контакт в основном виртуальный – телефон, сайт для онлайн заказов, бумажная реклама (листовки и дорхенгеры). Покупатель видит только водителя. Совсем другое дело, если дело касается пиццерии. Прямой контакт с покупателями требует большой «открытости», а значит соблюдения большого количества необходимых требований и оформления документов.

По размеру пиццерий:

– пиццерия общей площадью до 100 кв. м, с небольшим залом для обслуживания покупателей, скажем до 35 кв. м. – 40 кв. м., это примерно 3–4 столика (12–16 посадочных мест). В таком объекте основные продажи будут формироваться за счет заказов с собой (самовывоз) и доставка. В будущем мы очень надеемся на включение в таких заведения и формата по звонку.

– наиболее распространённый размер – это пиццерия общей площадью до 160 кв. м. с большим залом для обслуживания покупателей (до 100 кв. м.), это примерно 6–8 столи-

ка (до 25–30 посадочных мест), где все предусматриваются все форматы – обслуживание в зале, с собой (самовывоз) и доставка.

Поиск помещения с учетом таких формата и размеров:

Где необходимо проводить поиски необходимого помещения и какие критерии выбора. Я об этом уже писал в первой части, теперь поговорим более конкретно

Значительная плотность населения (как работающего, так и проживающего). Это, прежде всего, касается спальных районов, а также в центральных, бизнес-районов

Расположение на улице или в торговом центре

Зона доставки (золотая миля) вокруг пиццерии обычно имеет радиус 2,5 км – 3 км

Уровень арендной платы (желательно сравнительно невысокий) – не более 15 % от продаж

Транспортные условия – отсутствие пробок, площадка для парковки автомашин доставки и автомобилей посетителей, удобные разъезды и подъездные пути, расположение на перекрестке, поблизости от транспортных узлов и потоков, пешеходных маршрутов со значительным трафиком, станций метро.

Теперь второй вопрос, что необходимо искать:

Помещение на первом этаже, а не в подвале или на втором этаже. Запомните аксиому – каждый этаж вверх или вниз на 50 % уменьшает количество покупателей. Кроме того, при

другом расположении вы можете столкнуться с рядом сложных вопросов, таких как сырость, очистка канализации, высота потолков, пользование грузовым и пассажирским лифтом

Помещение должно быть в нежилом фонде. В противном случае, необходимо согласие лиц, проживающих в доме над вашим заведением, а также вывод вытяжной вентиляции на уровень крыши (в Москве).

Обязательно наличие правильно оформленных Арендодателем документов на собственность на арендуемого объекта недвижимости. Желательное условие – заключение долгосрочного договора (5–10 лет) с обязательной регистрацией в органах госрегистрации.

Помещение площадью до 160 кв. м., при этом зал для обслуживания покупателей до 80–100 кв. м., остальное под производство и административно-хозяйственную зону (60–80 кв. м).

Электрические мощности 30–50 кВт, если есть возможность проведения газа воспользуйтесь ею. Больше проблем при открытии, но в дальнейшем меньше затрат. Это должны быть реальные мощности по электроснабжению, и арендодатель должен предоставить свой договор с поставщиком электроэнергии.

Высота потолков не менее 2,75 метров

Наличие горячего и холодного водоснабжения в исправном состоянии и в достаточном количестве.

Наличие эффективно действующей системы отопления, в противном случае желательно смонтировать новой систему отопления.

Наличие действующей канализационная система с обязательной возможностью обязательной очистки специализированным предприятием, имеющим документы от Роспотребнадзора на ведение этой деятельности. Особенно этот вопрос важен при расположении на фудкорте.

Наличие действующей системы вентиляционной и кондиционирования с гарантированной возможностью очистки специализированным предприятием. Однако это редко бывает, что эта система подходит для вашего производственного процесса. Чаще всего приходится переделывать, а иногда и полностью создавать эту систему заново.

В конце концов, по результатам аудита необходимо провести обобщение всей необходимой информации о потенциальном арендуемом помещении: месторасположение объекта (вдоль улицы, на перекрестке или отдельно стоящее здание, сведения о типе имущественного права, условия аренды, точный план помещения (план БТИ), фотографии объекта, трафик вокруг (пешеходный и автомобильный).

Договор аренды помещения для открывающейся пиццерии 1. Желательно чтобы договор носил долгосрочный характер (на срок 5–10 лет) с обязательной госрегистрацией договора. Также, постарайтесь включить в договор

аренды положение о том, что арендодатель не имеет права на односторонне досрочное расторжение договора, если, конечно, не было злостных нарушений условий арендного договора арендатором. Если все-таки такое положение в договоре присутствует, то необходимо заложить компенсацию части затрат, произведенных арендатором помещения.

На время производства ремонтных работ предусмотреть отсутствие арендной платы. Это так называемые «дедушкины» (арендные) каникулы. Если есть возможность, а она часто бывает, то необходимо договориться с арендодателем о компенсации с его стороны части ремонта и необходимых улучшений, так как они приводят к увеличению потребительной стоимости его помещения и улучшения эксплуатационных характеристик.

В договоре аренды необходимо предусмотреть положение о ежегодной индексации уровня арендной ставки в течение срока действия договора. Добейтесь включения в договора того, что такое повышение арендной платы должно производиться не только 1 раз в год и на уровень инфляции (Росстат)

В договоре аренды должен иметь пункт, в котором предусмотрено право арендатора на перепланировку помещения с согласия арендодателя и в соответствии в текущим законодательством.

Зоны, которую обслуживает новая пиццерия (зона доставки)

Зона доставки обычно определяется как максимально возможная территория, обслуживаемая пиццерией для выполнения требования “30 (40,60 – каждое предприятие выбирает самостоятельно) минут или пицца бесплатно”. Радиус зоны доставки 2,5–3 км/ при этом время доставки (от двери пиццерии до двери покупателя) не должно превышать 22–30 минут.

Необходимо создать карту зоны, для того, чтобы определить:

Сколько людей (потенциальных покупателей) проживает в зоне доставки

Сколько людей (потенциальных покупателей) работает в зоне доставки

Сколько людей (потенциальных покупателей) проезжает через зону доставки

Необходимость подсчета людей (а значит квартир, домов, подъездов) связана с тем, что придется нанимать по аутсорсингу предприятие-распространителя, занимающееся разносом/распространением ваших рекламных материалов

Производство ремонтно-строительных работ

Желательно провести конкурс среди нескольких строительных организаций по таким параметрам, как предыдущий опыт проведения таких работ в заведении общественного питания, цена и сроки проведения работ. После ознакомления с проектом и техническим заданием, строительная ор-

ганизация должна предоставить сметы по проведению строительных работ

Обязательное согласование проведение ремонтных работ принимая во внимание положения и требования, которые изложены в проекте по электрохозяйству, водоснабжению и канализации, вентиляции и кондиционированию, отоплению и т. д.

Составление плана движения денежных средства (ДДС) на 4 месяца.

Обычно для составления этого плана применяются шаблоны, имеющие такие параметры как основные статьи расходов, план продаж, а также средства, необходимые для запуска пиццерии. План ДДС – это основной и обязательным инструмент для проведения планирования движения денежных средств на период запуска заведения.

Покупка и установка программного обеспечения и 1С Бухгалтерии Мы рекомендуем ПО на основе ПКО с обязательной установкой всех необходимых компонентов. Кроме того, необходима интеграция ПО ПКО с 1С Бухгалтерией.

Ремонт помещения

Состоит из следующих этапов:

Архитектурно-планировочное решение, цветовое реше-

ние фасада

Электрохозяйство и электрические сети (установка щитов, разводка по помещениям, освещение внутри и снаружи)

Водоснабжение, канализация и установка сантехники

Вентиляции и кондиционирование

Отопительная система

Телефон, интернет, противопожарная и охранная сигнализация, аудио и видео систем

Ремонт и отделка помещения в соответствии с дизайн-проектом

При производстве ремонтно-строительных работ (РСР) необходимо обратить внимание на то, что:

– самый дорогой и длительный раздел – это электрохозяйство, поэтому начинайте выбор и установку основного щита как можно ранее. При этом вся электрическая разводка должна быть четко подписана в плане, который укрепляется внутри щита.

– стены помещений производственной зоны и административно-хозяйственной зоны отделяются плиткой от пола до потолка (или не менее до высоты 180 см) для удобства уборки помещений.

– всю проводку для электрических сетей, системы вентиляции и кондиционирования противопожарной и охранная сигнализация аудио и видео систем, прокладываются совместно/одновременную

– там, где планируется установка навесного оборудования (например, вытяжные зонды) необходимо заранее предусмотреть закладные.

– при прокладке канализационных труб необходимо оставлять окна для ревизии. То же самое касается вентиляционных коробов. И те, и другие будут периодически чиститься специализированными организациями с выдачей соответствующих документов

– если вы планируете установку кондиционеров в производственной зоне, то не направляйте движение воздуха на печи, для выпекания пиццы, так как это может сказаться на качестве выпекания пиццы.

– на эффективность системы отопления может оказывать влияние теплоотдача основных единиц оборудования, таких как печь для выпекания пиццы, фритюрница, холодильное и морозильное оборудование.

Оборудование / инвентарь

Необходимо выбрать поставщика/ов оборудования и инвентаря из большого количества компаний, присутствующих на российском рынке. Желательно, чтобы выбранное предприятие предложило вам комплексную услугу:

– предоставление матрицы необходимого оборудования, плана размещения оборудования в выбранном помещении и пояснительной записки к нему (для программы производ-

ственного контроля)

- калькуляции/коммерческого предложения на оборудовании

- весть проект, архитектурно-планировочное решение, электрохозяйство, вода и канализация, вентиляция и кондиционирование, отопление, мелкоточка (телефон, интернет, противопожарная и охранная сигнализация, аудио и видео систем)

- выполнение обязанностей стойнадзора при проведении необходимых ремонтных и строительных работ строительной организацией

- привоз, монтаж и запуск оборудования

- ремонт и абонентское обслуживание установленного оборудования

Сам заказ оборудования, согласно заранее согласованной с поставщиком оборудования матрицы, крайне желательно произвести примерно за 3 месяца, после того, как утверждено место расположения нового объекта и подписан договор аренды. Это связано с тем, что сроки поставки некоторых позиций оборудования, например, печь для выпекания пиццы и мейклайн, составляют не менее двух месяцев.

Заказ и установка прилавка и мебели:

- часть мебели производится на месте в мебельных компаниях;

- чертежи и размеры мебели предоставляет заказчик

Завоз и монтаж заказанного оборудования производится

компанией-поставщиком оборудования вместе с той строительной организацией, которая производила ремонтно-строительные работы в арендуемом помещении, т. е. с теми предприятиями, с которыми желательно заключить договора на дальнейший сервис и абонентское обслуживание.

Работа с персоналом

Прежде всего, проводится разработка и утверждение штатного расписания открывающегося объекта. Этот процесс необходимо завершить за два месяца до даты открытия. Штатное расписание является одним из документов, прилагаемых к бизнес-плану, потому что затраты на труд относятся к одному из основных видов затрат. Вот почему очень важно подобрать и обучить именно необходимое число сотрудников, даже оставив несколько человек в резерве. Основные ошибки на этом этапе как раз связаны либо с приемом большего числа сотрудников (чаще всего), либо меньшего.

Штатное расписание может составляться как на все предприятие, либо только на вновь открывающийся объект. При этом, прежде всего, речь идет о руководителе объекта (менеджере), его заместителе и тренере. Поиск, набор и обучение водителей доставки, желательно со своим транспортом, необходимо начинать не ранее одного месяца до даты открытия объекта.

Обычно производится размещение объявлений о найме персонала для открывающегося объекта в местных СМИ, специализированных изданиях, социальных сетях и сайтах. Там же указывается адрес для скачивания, заполнения и отправки заполненных анкет. Анкеты необходимо собирать на протяжении обоих месяцев перед открытием объекта.

Обучение персонала проводится в корпоративном центре обучения. Обучение проводится сертифицированным тренером, на основе корпоративных тренинговых материалов. Обучение проводится исходя из основной должности, на которую принят сотрудник (менеджер, заместитель менеджера, пиццмейкеры, продавцы-кассиры, официанты, водители доставки). Все сотрудники обучаются бесплатно. Со всеми сотрудниками могут заключаться договора конфиденциальности.

С принятыми сотрудниками заключаются трудовые договоры, в которых предусматриваются все права и обязанности сотрудника. Все сотрудники кухни должны иметь медицинскую книжку. У тех, кого ее нет, должны получить. Обычно для них на предприятии разрабатывается инструкция по получению медицинской книжки и прохождению санитарного минимума. В большинстве пицца-предприятий предусматривается компенсация затрат на получение медицинской книжки и прохождение санитарного минимума.

После обучения сотрудники должны пройти все необходимые виды инструктажей по противопожарной безопас-

ности, охране труда, технике безопасности с заполнением и подписанием необходимых документов, журналов и инструкций согласно текущему трудовому законодательству РФ.

С водителями доставки обычно заключаются два договора:

– трудовой договор, по которому водителю выплачивается половина от согласованной суммы.

– договор аренды личного по которому ему оплачивается вторая часть согласованной суммы.

Все процедуры приема персонала желательно завершить не позднее двух недель до даты открытия пиццерии, чтобы осталось достаточное время для обучения нового персонала, запуска оборудования и отработки ассортимента пиццерии.

Административно-хозяйственный блок

Примерно за 2–3 недели до открытия необходимо обратиться в местное ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии». Прежде всего, подписать договор на анализ воды (лучше расширенный), а также договориться о помощи в создании программы производственного контроля (ППК) – целого комплекса документов, наличие которого очень поможет вам в случае проверок или других причин общения с проверяющими органами. В день открытия объекта необходимо зайти на сайт Роспотребнадзора и отправить уведомление по

специальной форме о начале деятельности объекта потребительского рынка.

В договоре аренды помещения обычно предусматривается возможность пользования мусорным контейнером арендодателя. Если такого положения нет, необходимо заключить договор на вывоз мусора, купить специальный мусорный контейнер, установить его в месте, специально отведенном и оборудованном (согласно СанПиНу) для этой цели.

Заключить договора с договора ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии» периодическое проведение различного рода замеров и измерений для программы производственного контроля. Также ФБУЗ может порекомендовать организацию, с которой необходимо заключить договор на дезинфекцию и дератизацию.

Заключить договор предприятием, который смонтирует пожарно-охранной сигнализацию и будет ее эксплуатировать.

Заключить договор с охранным предприятием агентством и установить тревожную кнопку

Заключить договор на утилизацию ртутьсодержащих ламп со специализированной организацией, имеющей лицензиями на данный вид деятельности.

Подготовка проектной документации на объект:

– Пользователь собственными силами и за свои средства заказывает и готовит по требованию арендодателя и контролирующих органов дополнительные проекты по помещению

– проект вентиляции, электроснабжения, водоснабжения и канализации, охранной и пожарной сигнализаций и т. п.

Получение заключения по пожарной безопасности. Установка средств тушения:

– для обеспечения объекта противопожарными средствами, присвоения категории, разработки плана эвакуации и получения заключения по пожарной безопасности необходимо привлечь компанию, обладающую лицензиями на данный вид деятельности.

Заключение договора с оператором сотовой связи и покупка мобильных телефонов:

– для обеспечения связи с менеджерами смены и курьерами покупаются мобильные телефоны и заключается договор с оператором сотовой связи;

– дешевые, но практичные телефоны, как правило, предлагают сами операторы сотовой связи.

Заключение договоров с провайдерами и проведение интернета:

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.