

Озерова А. Г., к. е. н. Левкович О. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

Основою ресторанного бізнесу як специфічної сфери послуг виступає не тільки як найкраще поліпшити якість життя людей, але і запровадження сучасних інноваційних технологій в сфері гостинного бізнесу. На сьогоднішній день у всьому світі, ресторанний бізнес є достатньо рентабельним (прибутковим) і розвинутим напрямом підприємницької діяльності, однак в Україні ця сфера перебуває лише у процесі формування.

Насамперед, це пов'язане з тим, що наша країна переживає фінансову кризу та економічну нестабільність, негативно впливають події на сході, а також значні проблеми політичного характеру, що впливає на рівень сервісу та результативний, ефективний розвиток сфери ресторанного бізнесу в країні [1].

Ресторанний бізнес посідає значне місце у розвитку малого бізнесу, тому і конкуренція за споживання у цій сфері є досить жорсткою. Саме тому, для того щоб отримати конкурентні переваги на ринку та відкрити нові можливості, підприємства гостинної індустрії повинні застосовувати і запроваджувати новітні технології, а також брати до уваги досвід провідних країн світу.

При дослідженні ресторанного бізнесу з метою покращення його розвитку, слід виділити основні інноваційні напрями запровадження, а саме маркетингові (максимальна автоматизація, індивідуальна робота з клієнтами, програми лояльності); харчові (патентування нових страв та їх оформлення); організа-торські (нові форми та методи навчання персоналу, відкриття мережі закладів харчування, розробка нових концепцій); джерельні (пошук нових резервів для розвитку ресторанного бізнесу).

В сьогоднішній нашій країні проглядаються основні новітні інноваційні тенденції, які слід розглянути детальніше:

– з’являються монозаклади, як правило, вони зосереджуються на приготуванні певної етнічної страви з варіаціями: пасти, супу «Рамен», какао тощо. Також слід відзначити, що заклади вуличної їжі стали виходити на достатньо новий рівень якісного приготування і обслуговування;

– у сфері маркетингу слід переходити від традиційних рекламних інструментів до співпраці з аудиторією он-лайн та провідною роллю SMM (Social Media Marketing). Таким чином, з’явиться новий інструмент, яким будь-який клієнт може впливати на репутацію закладу своїм відгуком в інтернет-мережі;

– запровадження елементів автоматизації виробництва, які покращують результативність у готельно-ресторанній сфері, а саме складати електронне меню, впроваджувати нові технології щодо приготування їжі, надавати можливість використання знижки за допомогою додатків на мобільному телефоні тощо;

– впровадження мерчандайзингу (збуту продукції та послуг);

– запровадження нових методів обробки продуктів харчування за допомогою новітніх технологій. Використання сучасних хімічних технологій при приготуванні їжі дало можливість готувати страви незвичної консистенції та з унікальними смаковими якостями, прикладом чого є: застосування рідкого азоту для обробки продуктів, емульсифікація (змішування нерозчинних речовин), сферифікація (створення рідких сфер), желювання, карбонізація або збагачення вуглекислою, вакуумна дистиляція. Саме такі сучасні методи кулінарії активно використовують у напрямку ф’южн і молекулярній кухні;

– оригінальна концепція закладу, що стосується не лише кухні, але й дизайну, і тематики. Проводячи дослідження, можна зауважити, що модною тенденцією стає концепція «open kitchen», завдяки якій відвідувачі мають змогу спостерігати за процесами, які відбуваються на кухні. На сам перед, найбільшим попитом користуються тематичні ресторації та кафе зі специфічним дизайном та нетрадиційними підходами до обслуговування;

– спрощення стилю, відмовитись від надмірного декорування, габаритних меблів. Найбільш популярним у дизайні, на сучасному етапі розвитку, стає

скандинавський стиль. Все частіше спостерігається тенденція в закладах національної кухні, де стали віддавати перевагу мінімалізму;

– акцент на еко-продукцію. Реалії сьогодення показують, що набуває популярності тенденція закупування продукції для ресторацій та кафе з фермерських угідь, а саме у осіб, які самостійно займаються вирощуванням овочів, фруктів, доглядом за тваринами, рибальством. Більшість рестораторів по всьому світі роблять спробу повністю перейти на еко-продукцію, яка звичайно коштує дорожче, але є більш якісною;

– організація обслуговування за системою кейтеринг (виїзна кухня). Зазвичай, забезпеченням страв клієнтам займаються спеціалізовані кейтерингові агенції. Проте, деякі ресторани теж стали застосовувати кейтеринг як один з видів своїх послуг. Такий інноваційний підхід в значній мірі буде приваблювати нових відвідувачів та розширювати можливості самого закладу.

Отже, впровадження інноваційних технологій у ресторанній сфері дасть можливість збільшити кількість відвідувачів, розширити асортимент продукції та стиль її подачі, що сприятиме підвищенню рентабельності (прибутковості), результативності, дієвості й ефективності бізнесу, а також покращенню основних фінансово-економічних показників та конкурентоспроможності і вийти на новий рівень сервісу.

Список використаних джерел:

1. Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/butenko.htm
2. Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://qwerty/Downloads/157176-34.htm>