

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Д.А. Готраш, здобувач вищої освіти
Львівський торговельно-економічний університет,
м. Львів, Україна

Сучасні підприємства ресторанного бізнесу досить часто зіштовхуються з низкою проблем, до основних з яких слід віднести: зменшення та втрати частки ринку, що є результатом зменшення кількості клієнтів, низьку швидкість обороту, недоотримання цільового прибутку, низьку якість обслуговування.

Вирішення означених проблем та забезпечення конкурентного розвитку підприємств ресторанного бізнесу в динамічних умовах зовнішнього середовища можливо лише на основі безальтернативного способу – впровадження інновацій.

Інновації створюють можливість унікального позиціонування підприємства у сфері ресторанного бізнесу, дають змогу вдосконалити процеси та ресторанны продукти, модернізувати ресторанны концепції.

Необхідність упровадження інновацій у сфері ресторанного бізнесу стимулюють конкурентна боротьба та зростаючі вимоги споживачів. Упровадження і дифузія інновації стає об'єктивною необхідністю на всіх етапах діяльності підприємства ресторанного бізнесу.

Сучасний розвиток сфери ресторанного бізнесу спрямований на розроблення та впровадження інноваційних рішень, реалізація яких дасть змогу завоювати довіру гостя та сприятиме формуванню позитивного іміджу підприємства ресторанного бізнесу.

Усвідомлення цих обставин призвело до активізації наукового інтересу дослідників до проблематики дослідження можливих інноваційних напрямів розвитку підприємств ресторанного бізнесу на основі впровадження в їхню діяльність сучасних інтерактивних інноваційних технологій [1, с. 77].

Інновації в ресторанному бізнесі на сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікаційних та технологічних нововведень є прогресивними і спрямовані на вирішення існуючих проблем розвитку підприємств даної сфери. Інновації створюють можливість розкриття споживачем нових смаків, розширюють можливості створення рестораторами більш комфортних умов

обслуговування, що може стати не тільки візитною карткою ресторану, а й у цілому визначає його унікальність та складність копіювання з боку конкурентів, задає темп у розвитку підприємства ресторанного бізнесу [3, с. 94].

Сфера ресторанного бізнесу – історично сформована система харчування і обслуговування клієнтів, яка існує в усьому світі і надає людям можливість не тільки приймати їжу, а й поспілкуватися, виконуючи при цьому соціальну функцію.

Специфіка ресторанного бізнесу як галузі сфери послуг розуміє під інноваційними технологіями не тільки поліпшення якості життя людей, красиво і смачно приготовленої їжі, а й грамотно вибудовані відносини з клієнтами, грамотну маркетингову політику і PR-стратегію, а також облік необхідності комерціалізації інноваційних розробок [2, с. 94].

Результати проведеного дослідження діяльності діючого українського підприємства РГ показали, що за умови економічного спаду та геополітичної нестабільності переваги у конкурентному суперництві приносять лише ті інновації або ідеї щодо розвитку, які не тільки не вимагають суттєвих додаткових фінансових вкладень, але і опосередковано сприяють зменшенню обсягів сукупних витрат підприємства РГ. До них, зокрема, можна віднести:

- продуктові інновації, пов'язані з так званим «смаковим тюнінгом» (або покращанням смакових якостей) класичних страв, передусім української кухні;
- продуктові інновації, пов'язані з урізноманітненням меню за рахунок страв національної кухні з різних регіонів України, що раніше підприємство РГ не виробляло і які можна продавати за доступними для масового споживача цінами;
- продуктові інновації, що базуються на моно-продуктовій ідеї формування меню підприємства РГ;
- сервісні інновації, що створюють додаткові зручності для відвідувачів підприємства РГ, але безпосередньо не пов'язані з послугою щодо організації харчування;
- інновації, пов'язані з просуванням послуг підприємства РГ за допомогою ресурсів соціальних мереж [5, с. 120];
- інновації, пов'язані з розвитком нових форматів закладів РГ.

Впровадження підприємствами ресторанного господарства різних новітніх технологій та інноваційних рішень дає змогу утримувати і підвищувати рівень його конкурентоспроможності.

Ресторанному продукту властива складна структура, він складається з великого числа компонентів і параметрів, різних за своєю природою й значущістю для клієнта. Зважаючи на це, ресторатори повинні випередити очікування гостя і постійно розробляти інновації для підтримки конкурентоспроможності і залучення гостей.

Упровадження продуктових, технологічних, маркетингових, організаційних та управлінських інновацій дасть змогу підприємствам ресторанного бізнесу забезпечити стабільне і стійке конкурентне положення на ринку.

Список використаних джерел

1. Балацька Н.Ю. Інноваційні аспекти розвитку підприємств ресторанного бізнесу // Держава і регіони. Економіка та підприємництво. 2019. № 5 (110). С. 76-81.
2. Завадинська О.Ю., Русавська В.А. Стратегії інноваційного розвитку підприємств ресторанного бізнесу // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2018. Вип. 54. С. 94-98.
3. Клапчук М.В., Біян В.І., Брухлій Б.В. Інноваційні технології в ресторанному господарстві // Карпатський край. 2015. №1-2. С. 92-99.
4. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Інноваційні технології в готельному господарстві» для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / укл.: О.М. Корнієнко. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 68 с.
5. П'ятницька Г.Т., Григоренко О.М., Найдюк В.С. Інновації у розвитку підприємств ресторанного господарства: міжнародні тренди та українські реалії в умовах домінування ринкових загроз // Підприємництво і торгівля: збірник наукових праць. Львів: Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2017. Вип. 21. С. 119-128.