

## **УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ**

**Нвафор Макдональд Уваома, гр. МЕ-28м**

**Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. Андросова Т.В.**

**Харківський державний університет харчування та торгівлі**

Розвиток світової та національних економік відбувається під впливом науково-технічного і технологічного прогресу, що характеризується посиленням інноваційної активності й новим підходом до визначення інновацій, який поєднує знання, техніку і технології з ринком.

Підприємства ресторанного господарства на міжнародному ринку в цілому схильні до найрізноманітніших інноваційних змін (часом близьких до радикальних з точки зору всіх підприємств ресторанного господарства, як, наприклад, формат «фестиваль-ресторачії», а часом таких, які прийнято називати ретро інноваціями; як, наприклад, організація столів «дієтичного харчування»). Водночас наголосимо, що далеко не всі інновації можуть бути реалізовані або взагалі доцільними для підприємств залежно від їх типу та доступності для споживачів. Так, наприклад, на підприємствах закритої мережі ресторанного господарства, що організовують харчування за місцем роботи або навчання неможливо реалізувати інновації з запровадженням певних послуг, наприклад «корк-фі» (від англ. cork fee), коли споживач приносить вино з собою, а офіціант відкорковує його пляшку за столом. Недоцільно реалізувати у таких типах підприємств (закладів) ресторанного господарства, як їдальні, буфети, кафе закритої мережі розважальну концепцію і т.п.

Таким чином, на нашу думку, впровадження і управління інноваціями слід здійснювати саме у міжнародних мережових ресторанных структурах, де рекомендується застосовувати підхід, в межах якого оцінюється унікальність інновацій, внутрішні можливості реалізації інновацій підприємством, ризик втрат та очікуваний корисний ефект від впровадження інновацій. Отже, у зв'язку з тим, що через збільшення попиту споживачів на послуги закладів ресторанного господарства з кожним роком відкривається все більше, то новим власникам потрібно розробляти і продумувати свою діяльність таким чином, щоб утримувати конкуренцію з поміж інших аналогічних закладів завдяки впровадженню інновацій з урахуванням особливостей міжнародного середовища функціонування підприємств а.