

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Розвиток закладів ресторанного бізнесу в сучасних умовах неможливий без розробки стратегічних напрямів їх діяльності, які, в першу чергу, мають інноваційний характер.

Інноваційна стратегія – це один із засобів досягнення цілей закладами ресторанного господарства, який відрізняється від інших засобів своєю новизною.

Вона є однією із складових економічної стратегії, її можна розглядати як набір правил, методів і засобів пошуку найкращих перспективних для організації напрямів розвитку науково-технічних досліджень, ресурсної політики їх реалізації.

Інноваційні стратегії можна об'єднати в основні групи: формування інновацій, організація інноваційної діяльності на підприємстві, інноваційна орієнтація підприємства.

Інноваційна стратегія визначається складовими: об'єктом і характером ресурсів, які має підприємство, ринковими позиціями, станом конкурентоспроможності.

Стратегія інноваційного розвитку закладів ресторанного господарства – це довгостроковий курс розвитку на базі застосування нових технологій, нових способів організації виробництва, реалізації нових товарів (продукції) з урахуванням загальноекономічних перспектив, наявності ресурсів та векторів зміни зовнішнього середовища.

Розробляючи інноваційні стратегії враховують такі особливості: стратегія підприємства дає загальний напрямок розвитку підприємства; на стратегію підприємства впливають зміни у навколишньому середовищі; стратегія підприємства передбачає формування конкурентоспроможності.

Інноваційна стратегія позитивно впливає на розвиток ресторанного бізнесу, основними тенденціями якого є:

- поглиблення спеціалізації підприємства;
- створення ресторанних мереж;
- розвиток ресторанного консалтингу;
- зростання кількості ресторанів з національною кухнею;
- збільшення уваги до безпеки надання послуг.

Велику увагу при розробці інноваційних стратегій слід приділяти таким основним критеріям, як: цільова аудиторія, місце розташування, особливості формування концепції, методи

обслуговування, джерела розповсюдження реклами, обсяг витрат на рекламу, стан та прогноз розвитку сегмента ринку в Україні, структуру витрат на створення і здійснення діяльності, вартість інвестиційного проекту, дизайн, особливості виробництва власної продукції та формування асортиментної пропозиції.

В стратегії розвитку ресторанного господарства сервіс займає значне місце.

Якісний ресторанний сервіс передбачає концентрацію усіх ресурсів підприємства на задоволення потреб клієнтів. Він покращує результати діяльності закладу ресторанного господарства, які досягаються ефективною рекламою та маркетинговою програмою.

З метою забезпечення високого рівня обслуговування в закладах ресторанного господарства розробляється стратегія сервісу. Стратегічне планування сервісу здійснюється згідно загальної системи стратегічного планування розвитку закладу ресторанного господарства.

Стратегія сервісу – довгострокова програма обслуговування клієнтів з удосконаленою системою управління.

Якісний сервіс в закладах ресторанного господарства сприяє збільшенню клієнтури, появи нових клієнтів, знижує текучість кадрів, сприяє росту прибутку на збільшенню частки ринку.

Якісне обслуговування споживачів в закладах ресторанного господарства є однією з конкурентних переваг, умовами яких є:

- відданість керівництва підприємства принципам високої якості послуг;
- достатнє фінансування;
- навчання співробітників закладу ресторанного господарства принципам реалізації стратегії сервісу;
- участь усіх співробітників в підвищенні якості сервісу;
- впровадження нових видів послуг з високою споживчою цінністю.

Таким чином, розвиток ресторанного бізнесу в сучасних умовах досягається за рахунок використання інновацій.