

УДК 640.4(07)

Джум Т.А.,
к.т.н., доцент
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

Диянова С.Н.,
к.э.н., доцент
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

INTENSITY OF INNOVATIVE ACTIVITY IN RESTAURANT BUSINESS

ИНТЕНСИВНОСТЬ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация: В статье уделено внимание инновационным технологиям, используемым в сфере ресторанного бизнеса, определяющим уровень и её развитие в национальной экономики в целом. Объектами инновационных технологий являются инновации и инновационные процессы, требующие определенных инвестиций и нацеленные на эффективность действующей системы. Среди инновационных технологий можно выделить автоматизацию бизнеса, организацию тематических PR-акций, семинаров, промоакций, презентаций, создание условий для лиц с ограниченными физическими возможностями, креативность разработки меню, новые высокотехнологичные процессы приготовления блюд, современные формы обслуживания, аутентичная кухня (узкопрофильная), молекулярная гастрономия. Внедрение инновационных технологий связано с современным техническим оснащением как процесса приготовления продукции так и процесса реализации услуг и организации обслуживания.

Abstract: The article focuses on innovative technologies used in the restaurant business, determining the level and its development in the national economy as a whole. The objects of innovative technologies are innovations and innovative processes that require certain investments and are aimed at the effectiveness of the current system. Among the innovative technologies can be identified business automation, organization of thematic PR-actions, seminars, promotions, presentations, creating conditions for people with disabilities,

the creativity of menu development, new high-tech cooking processes, modern forms of service, authentic cuisine (narrow profile), molecular gastronomy. The introduction of innovative technologies is associated with modern technical equipment of both the process of preparation of products and the process of implementing services and organization of services.

Ключевые слова: инновация, инновационный процесс, технологии, тренды, интерактивный ресторан, тематические PR-акции, аутентичная кухня, молекулярная гастрономия, методы

Keywords: Innovation, innovation process, technologies, trends, interactive restaurant, thematic PR-actions, authentic cuisine, molecular gastronomy, methods

Одним из основных направлений подъема российской экономики является вовлечение в хозяйственный оборот результатов научной деятельности. Интенсивность инновационной деятельности во многом определяет уровень национальной экономики.

ВУЗы и НИИ являются эффективным источником новых технологий, готовых к внедрению. Однако трансфер технологий, передача научных разработок в реальную экономику всегда сопряжена с рядом проблем. Инновационная деятельность связана с высокими технологиями, способными давать значительный экономический эффект. Вместе с тем это вид предпринимательской деятельности, который основан на рискованных начинаниях, и основная тяжесть финансового обеспечения инноваций ложится на предприятия и это одна из причин того, что лишь 5 % российских предприятий индустрии гостеприимства инновационно активны.

Необходимость развития производства продуктов питания функционального и специализированного назначения отражена в основах государственной политики РФ в области здорового питания населения на период до 2020 года. И для того, чтобы цепочка коммерциализации научных пищевых разработок, в том числе функционального и специализированного назначения, была непрерывной, необходимо, чтобы продовольственный рынок был готов принять инновационный продукт. В этой связи необходимо повышать уровень знаний населения в вопросах здорового питания, в том числе, с привлечением средств массовой информации и др.

В условиях становления и развития инновационной деятельности в соответствии

с планами Правительства Российской Федерации в области социально-экономической политики огромное внимание уделяется «поддержке высокотехнологичных и наукоемких производств», в том числе и при производстве продукции общественного питания.

Разработка продуктов питания функционального и специализированного назначения должно быть основано на анализе предпочтений потребителей, для коммерциализуемости новых разработок должна быть выстроена цепочка «идея-потребитель».

Примером инновации является выведение на рынок продукции (товаров и услуг) с новыми потребительскими свойствами или качественным повышением эффективности производственных систем.

Термин «инновация» происходит от латинского «novatio», что означает «обновление» (или «изменение»), и приставки «in», которая переводится с латинского как «в направление», если переводить дословно «Innovatio» – «в направлении изменений». Само понятие innovation впервые появилось в научных исследованиях XIX в. Новую жизнь понятие «инновация» получило в начале XX в. в научных работах австрийского и американского экономиста Й. Шумпетера в результате анализа «инновационных комбинаций», изменений в развитии экономических систем. Именно Шумпетером был впервые введен данный термин в экономике [3, с. 6].

Инновация – это нововведение, которое серьезно повышает эффективность действующей системы.

Инновационная деятельность включает комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленный на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Результатом инновационной деятельности являются новые или дополнительные услуги/продукция или услуги/продукция с новыми качествами.

Инновационная деятельность требует определенные инвестиции, связанные с вложением капитала в объекты для производства продукции или услуг [2].

Для предприятий общественного питания, являющихся сильными игроками на рынке для поддержания необходимого уровня жизнеспособности и своей конкурентоспособности характерен взаимосвязанный комплекс действий с использованием механизмов управления инновационными процессами.

Объектами инновационных технологий в сфере ресторанного бизнеса являются

инновация и инновационный процесс.

Инновационный процесс направлен на создание, освоение, распространение и использование инновации. Представляет собой процесс последовательного превращения идеи в продукцию (услугу) через этапы фундаментальных и прикладных исследований, конструкторских разработок, маркетинга, производства, сбыта.

В сфере ресторанного бизнеса используются традиционные маркетинговые мероприятия, позволяющие привлекать и удерживать как можно больше гостей. Основополагающим для привлечения гостей в сферу индустрии питания всегда являлась вкусная, доброкачественная еда. Однако, в настоящее время, для сохранения постоянных и привлечения новых гостей, этого уже не достаточно. Необходимы новые инновационные маркетинговые приемы, благодаря которым гостям вновь и вновь захочется посетить именно это предприятие питания [1, с. 16].

Среди новых технологий и трендов в управлении ресторанами ведущая роль принадлежит автоматизации бизнеса, активному использованию беспроводных технологий, более совершенных программных продуктов. Одним из таких нововведений является программный модуль «мобильный официант», нашедший успешное применение на предприятиях общественного питания. Эта оригинальная технология, значительно сокращающая ticket time, позволяет официанту вносить заказ в систему быстро и без ошибок. Мобильный официант выполняет роль блокнота для принятия заказов, передачи его по WiFi на сервер. При этом наличие в ресторане бесплатного WiFi тоже способствует привлечению гостей [5, с. 43].

Одним из инновационных направлений является использование в индустрии питания разработок IT специалистов. Мировой опыт показывает, что значительную роль в организации ресторанного бизнеса может играть использование интерактивных технологий – есть предприятия индустрии питания, посетители которых могут самостоятельно управлять сервисом. Используя информацию с поверхности стола, без помощи официанта, гость может самостоятельно сделать выбор, проанализировав состав блюд, используемые технологии приготовления, рекомендуемые соусы, гарниры, алкогольные и безалкогольные напитки, подсчитать при выборе блюд их калорийность, сразу же видеть окончательный чек заказа и самостоятельно сделать заказ. В этом ресторане столы для гостей, стены торгового зала превращаются в интерактивные панели. Один такой ресторан есть и в нашей стране, в Москве [2].

Интерактивный ресторан удобен для организации различных презентаций,

семинаров. Документы с iPad гостей можно перенести на интерактивный стол и работать с ними. При этом необходимым условием является то, что каждый интерактивный ресторан должен иметь и сохранять свою концепцию и идею.

Использование инновационных элементов в автоматизации ресторана позволяет добиться максимальной эффективности предприятия: увеличивается оборачиваемость посадочного места за счет сокращения времени обслуживания официантом гостя, уменьшается нагрузка на персонал, не возникает путаницы в заказе и многое другое.

При очевидных преимуществах использования данной системы, работать с ней достаточно просто. Гости и персонал, владеющие элементарными навыками работы с компьютером, легко осваиваются с интерфейсом данных электронных систем.

Одним из направлений увеличения числа гостей является создание условий в своих заведениях для лиц с ограниченными физическими возможностями. Открытие новых ресторанов для лиц с ограниченными возможностями, страдающих теми или иными заболеваниями, в последнее время приобретает актуальность. Например, открылся (Франция, Лион) новый гипоаллергенный ресторан, работающий для гостей, вынужденно отказывающих себе в некоторых продуктах, из-за индивидуальной непереносимости. А в Лондоне есть ресторан для диабетиков, в котором не используется определенный перечень сырья: сахар, картофель, молоко и некоторые другие ингредиенты. Ресторан является актуальным, поскольку практически каждый десятый житель планеты страдает диабетом [4, с. 161].

Еще одной перспективной инновационной технологией в сфере ресторанного бизнеса является организация в зале предприятия различных тематических PR-акций, семинаров, промоакций, презентаций. Это сопряжено с разработкой идеи, проработкой тематических сценариев и прочее. Но при всей сложности организации, грамотно построенные маркетинговые мероприятия способны привлечь новых и вернуть прежних гостей.

Популярность приобретают и те предприятия ресторанного бизнеса, которые подходят креативно к разработке меню, выбору новых высокотехнологичных процессов приготовления блюд, современных форм обслуживания – это также является одной из инновационных технологий развития предприятий индустрии питания [2].

Аутентичная (узкопрофильная, целевая) кухня, молекулярная гастрономия (modernist cuisine) – это современные технологии в кулинарии. Наряду с евроазиатской молекулярная кухня продолжает оставаться трендом в мировой кулинарии, несмотря на

то, что самой идее уже около двух десятков лет. Молекулярная кухня возникла как логическое продолжение кухни фьюжн. Главная идея фьюжн заключается в сочетании разных кулинарных традиций и нетрадиционном, непривычном сочетании ингредиентов. Повара, работающие в этом направлении добиваются путем разнообразного воздействия на продукты новых скрытых вкусовых качеств или вкуса, вообще не свойственного тому или иному продукту.

Так, использование элементов молекулярной кухни позволяет применять прорывные научные достижения для создания новых органолептических сочетаний в традиционных блюдах. Для получения блюд необычайной формы, удивительного цвета, консистенции и вкуса используются инновационное, специализированное оборудование, сверхвысокие и сверхнизкие температуры, давление. При этом используются различные современные технологические приемы и методы [1, с. 152]:

- эксперименты в основном проводят с температурными режимами, например с использованием технологии *sous-vide* и низкотемпературных режимов тепловой обработки,

- сферификация – в какую-либо жидкую массу – чай, сок, бульон, молоко – добавляют альгинат натрия, перемешивают и затем небольшими порциями вливают в емкость, наполненную холодной водой с растворенным в ней хлоридом кальция. Через 1 – 2 секунды образуются «сферические равиоли». Их промывают в обычной воде и подают. Внутри они жидкие, а снаружи имеют тончайшую пленку, так что, раскусив их, человек, ощущает мини-взрыв вкуса,

- вакуумирование,

- желирование,

- обработка жидким азотом – при кратковременной обработке на поверхности продукта моментально образуется ледяная корочка, и получается блюдо-трансформер: снаружи обжигает ледяное, а внутри горячее. Так же при добавлении и быстром размешивании азота во фруктовом или овощном соке можно получить сорбет за 15 секунд,

- эмульсификация, связанная с добавлением и непрерывным взбиванием соевого лецитина, в результате на поверхности сока, воды, молока образуется легкая и воздушная пена, напоминающая мыльную и многое другое.

Чтобы сохранить натуральный вид продуктов, используют минеральную воду с минимальным содержанием кальция. В результате различных приемов кушанье

претерпевает значительные изменения: одни вещества разрушаются, другие, наоборот, образуются, третьи остаются в неизменном виде. Главная идея молекулярной кухни такова: яство якобы должно «разложиться» на молекулы, а потом собраться обратно, как конструктор. Суп в виде суфле, клубника со вкусом мяса, крабово-укропный мусс, мороженое из фуа-гры, зелень по консистенции как взбитые сливки – блюда молекулярной кухни поражают своими качествами. Особенность этого направления высокой гастрономии заключается в искусстве переработки любого продукта до полной неузнаваемости. В результате жидкость становится твердым телом, а икра или чай с лимоном – пеной. В молекулярной кухне внимание акцентируется не на введение в традиционные блюда новых необычных продуктов, а на технологии их приготовления. Молекулярная еда тает во рту, как снег, взрывается и меняет вкус на языке, превращая посещение ресторана в настоящий фейерверк.

Термин «молекулярная кухня» придумал француз Эрве Тис. Он экспериментировал с продуктами и изучал традиционные рецепты, пытаясь найти научное объяснение вкусам блюд.

По поводу данной кухни существуют разные мнения: одни считают, что молекулярная еда развивает нетрадиционное мышление, заставляет увидеть необычное в обычном, по мнению других, это новый вид роскоши, придуманный для мажоров, чтобы было чем похвастаться – ведь такие блюда стоят приличных денег. В любом случае молекулярная пища – это не еда на каждый день и вряд ли когда-нибудь таковой станет. Но с другой стороны, людям всегда хочется хлеба и зрелищ, в том числе необычных вкусовых ощущений.

Данная инновационная технология пока носит лабораторный, научно-исследовательский характер, есть вопросы по безопасности труда и сертификации готовой продукции. Использование современных инновационных технологий в сфере ресторанного бизнеса не только позволяет обслуживать гостей быстрее и качественнее, избежать рутинного труда, ошибок и просчетов, но и значительно расширить горизонты классической кулинарии, что в конечном счете, делает ресторанный бизнес успешнее и прибыльнее.

Для успешного решения задач освоения инновационных технологий, направленных на развитие ресторанного предприятия нужно отслеживать изменения, происходящие на отечественных и мировых рынках питания, обращая при этом особое внимание на основные тенденции развития науки и техники. Для этого используют

определенные методы [3, с. 9]:

- метод структурно-морфологического анализа – с его помощью можно выявить новые ресторанные разработки, на основе которых и будет сформирована инновационная технология для предприятия;

- метод определения характеристик публикационной активности – анализируя и поэтапно отслеживая информацию, можно определить на какой стадии жизненного цикла находится ресторанный инновация в разных странах, и на основе полученного результата предложить рекомендации по формированию инновационной технологии;

- метод патентов-аналогов – так как ресторанные предприятия за рубежом оформляют патент только на идеи, имеющие практическую значимость, следовательно, отслеживая направления, в которых мощность патентов-аналогов растет быстрее, можно установить направленность инновационной деятельности ведущих ресторанных предприятий в развитии производственного потенциала.

На основе полученной информации осуществляется выбор инновационной технологии. При этом важно учитывать следующие факторы [5, с. 177]:

- риск – учитывая степень своего экономического развития и финансовое положение, предприятие должно определить тот уровень риска, который будет наиболее возможен для каждой из принимаемых инновационных технологий;

- знание ранее используемых предприятием технологий и результатов их применения, что связано с обобщением опыта предприятия в сфере инновационного развития, позволяющего учесть все недостатки и более успешно разработать и внедрить новые подходы;

- фактор времени – выбирая время для внедрения инновационных процессов, нужно обязательно учитывать макросреду, связанную с экономическими, демографическими, социальными, правовыми и другими факторами, а также микросреду предприятия для этого проводится SWOT-анализ, используется модель Портера.

В зависимости от выбранной инновационной технологии происходит выбор предметной специализации ресторанный предприятия, отражающийся на его основном и вспомогательном производстве, корректируется система управления и восприятия внешней среды по отношению к ресторанному бизнесу.

К инновационным технологиям, помимо руководства, напрямую оказываются причастны и рядовые работники, то есть весь персонал ресторанный предприятия. В

этом случае процесс внедрения будет происходить вертикально сверху вниз. Если нововведение внедряется успешно, то в эту вертикаль начинают интегрироваться и потребители. В таком случае оно приобретает возможность распространяться вширь: успех нововведения позволяет предприятию увеличить объем продаж, расширить число гостей и одновременно вызывает желание у конкурентов повторить его успех. Следовательно, результатом инновационного развития ресторанного предприятия будут новые идеи, новые и усовершенствованные ресторанные продукты и услуги, новые технологические процессы, новые формы организации и управления ресторанным бизнесом.

Литература

1. Джум Т.А. Современные формы обслуживания в ресторанном бизнесе: учеб. пособие / Т.А. Джум, Г.М. Зайко. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2015. – 528 с.
2. Джум Т.А., Диянова С.Н. «Современные подходы к управлению предприятием общественного питания ориентированные на выпуск конкурентоспособной продукции и услуг», Международный научный журнал «Экономика и предпринимательство» № 10-3 (75-3) 2016 – с. 1185 – 1188.
3. Куткина М.Н. Инновации в технологии продукции индустрии питания / М.Н. Куткина, С.А. Елисеева. - СПб.: Троицкий мост, 2016. – 168 с.
4. Романова Г.М. Индустрия питания: современные инновационные процессы и их оценка / Г.М. Романова, Т.Е. Гварлиани, Л.М. Романова, Н.В. Баль. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 240 с..
5. Федыко В.П., Диянова С.Н. Маркетинг диверсификации лояльности потребителей. Монография. – М.: ИНФРА-М, АКАДЕМЦЕНТР, 2015. – 213 с.