



ИНВЕСТИЦИИ И ИННОВАЦИИ

УДК 371:351.851

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В ИНДУСТРИИ РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ

Ю.В. МАЛАХОВА¹
Р.В. КРЫЛОВА²

*Нижегородский институт
пищевых технологий и ди-
зайна, филиал ГБОУ ВПО
«Нижегородский инженер-
но-экономический инсти-
тут»*

г. Нижний Новгород

В.В. ХОХЛОВА³

*Нижегородский государ-
ственный технический
университет им. Р.Е. Алек-
сеева*

г. Нижний Новгород

¹*e-mail: julija_m@inbox.ru*

²*e-mail: rami-*

lya8989@rambler.ru

³*e-mail: valenti-*

na_49@inbox.ru

Современная сфера услуг и инструменты рынка значительно расширились, и кроме массированных рекламных кампаний, высокого уровня креатива для успешной работы нужна оригинальная маркетинговая концепция, инновационные продукты, инновационная деятельность и инновационные технологии в предприятиях индустрии питания, что открывает возможности повышения эффективности труда. В связи с этим подробно анализируется феномен инновации, инновационной деятельности, управления этим процессом. Обозначены пути инноваций и мониторинг отслеживания изменений, происходящих на отечественном и мировом рынках ресторанного бизнеса, который выявляет успешность в решении задач инновационного развития предприятий ресторанного сервиса с акцентом на основных тенденциях развития науки и техники. При этом используются методы структурно-морфологического анализа, определения характеристик публикационной активности, патентов-аналогов. Исследуется план финансирования инновационного ресторанного проекта: в него включаются статьи на риски: налоговые; нежизнеспособности, незавершенности ресторанной инновации. Анализируется механизм инновационного управления индустрией питания на всех его уровнях, к неотъемлемым элементам которого относятся интеллектуальные, организационные, технические, производственные, маркетинговые и финансовые операции.

Ключевые слова: инновация; инновационная деятельность; инновационное развитие; технологический потенциал; индустрия питания; эффективность труда.

Целью написания настоящей статьи является исследование возможности повышения эффективности труда в индустрии питания и способы реализации этого процесса. Стремительно меняющиеся геополитические, социокультурные, социально-экономические и политические реалии современного глобального мира выдвигают жёсткие требования, в том числе, и к сфере услуг, обеспечивающей самые разнообразные потребности людей. Индустрия питания как один из самых разветвлённых секторов сферы услуг не может оставаться на обочине широкого, но тернистого пути, ведущего к значимому экономическому эффекту. Для преодоления инерционности самой структуры и косности рутинных привычек персонала ей необходим решительный рывок в свободное пространство инновационных технологий, целенаправленное и последовательное применение которых расширит горизонты её конкурентоспособности и обеспечит индустрии питания достойное место на Олимпе экономически успешных предприятий сферы услуг.

Авторами приводятся и анализируются дефиниции понятий конкурентоспособности, инновационности, инновационной деятельности и инновационного развития, в том числе и в ресторанном бизнесе.



Современная сфера услуг и инструменты рынка, с помощью которых фирмы стараются захватить большую его часть, значительно расширились, и уже недостаточно использовать массированные рекламные кампании, высокого уровня креатив и т. п. Сегодня для успешной работы требуется оригинальная маркетинговая концепция, исключая непосредственную близость конкурирующих товаров, инструменты латерального маркетинга, инновационные продукты, использование нестандартных коммуникационных каналов, PR-акций и подобных маркетинговых инструментов.

Конкурентоспособность всех ключевых факторов ведения бизнеса есть надёжный стержень опоры современной экономической политики. Горизонт этих факторов от доступных кредитов и стимулирующих налогов до удобных административных процедур и низкой инфляции достаточно широк и открывает путь к обновлению экономики, к уходу от сырьевой зависимости.

Инновации в деятельности направлены на получение новых знаний и продуктов, на открытие новых закономерностей, явлений и свойств материального мира: это изобретения, оптимизирующие артефакты реальной действительности, подкреплённые научными и техническими рекомендациями, это их моделирование и технологии изготовления. Результатом инновационной деятельности во всех сферах социума выступает появление новых технологий, нового продукта, новых материалов, новых методов организации и управления производством, что даёт экономический, социальный, экологический или иной эффект. Введенная в экономическую науку Йозефом Шумпетером (J.A. Schumpeter, 1883–1950 гг.), инновация рассматривалась как средство преодоления экономических кризисов. Й. Шумпетер разграничил экономический рост и экономическое развитие: "Поставьте в ряд столько почтовых карет, сколько пожелаете — железной дороги у Вас при этом не получится" [4]. Экономический рост характеризуется увеличением производства и потребления одних и тех же товаров и услуг (в частности, почтовых карет) с течением времени, а экономическое развитие — появлением нового, неизвестного ранее (железных дорог). Шумпетер считает инновацию созданием нового товара, с которым потребители еще не знакомы, или его нового качества; нового метода производства, еще не испытанного в данной отрасли промышленности, новой организации отрасли; открытием нового рынка, нового источника факторов производства. Если общество переживает экономический рост, товары и деньги движутся навстречу друг другу по давно установившимся путям. Экономическое развитие вызывает к жизни новые отрасли промышленности и прекращает существование устаревших: автомобиль, к примеру, "похоронил" конные заводы и шорные фабрики, что привело к созданию автомобильной промышленности. Экономический цикл объясняется прерывистым характером инновации. Люди, их создающие, предприниматели — есть фактор производства, не известный классикам.

Инновация считается также прибыльным использованием новых технологий, продукции, организационно-технологических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого или иного характера [1], итогом результатом создания и внедрения принципиально нового или модифицированного средства (новшества), удовлетворяющего конкретным общественным потребностям и дающим ряд эффектов (экономический, научно-технический, социальный, экологический) [2].

Даже такой поверхностный анализ дефиниций феномена «Инновация» приводит к пониманию этого социально-экономического явления как механизма изменений, структурную картину которого рисуют оптимизация, моделирование и технология. Инновационная же деятельность воплощает этот механизм в реальную действительность.

Установление конкретного круга подходов в рассмотрении сущности любого понятия представляет исходную базу для формулирования целей, структуры и объёма дальнейших исследований. Мы полагаем целесообразным разграничить понятия "новшество" и "инновация". Новшество мы понимаем как оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных проектов в какой-либо сфере деятельности по повышению её эффективности. Новшества могут оформляться в виде: открытий; изобретений; патентов; товарных знаков; рационализаторских предложений; результатов маркетинговых исследований и т. д. Инвестиции в разработку новшества — только половина дела. Главное — внедрить само новшество, реализовать новшество



в форме инновации, то есть завершить инновационную деятельность и получить положительный результат, затем продолжить диффузию инновации. При этом инновация предстаёт конечным результатом внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта.

Управление инновационным процессом – ключ к современной организации инновационной деятельности на микро- и макроуровнях. Инновационная деятельность не сводится только к созданию и внедрению новшеств, но включает в себя и разработку соответствующих структур, организационных форм хозяйствования и управления на производственных предприятиях.

В производстве пищевых продуктов и на предприятиях по оказанию услуг общественного питания также происходят реальные перемены: активное развитие новых форматов услуг, предприятий питания, современных форм обслуживания. Заметно увеличивается число постоянных потребителей продукта индустрии общественного питания. Относясь к малому и среднему бизнесу, большинство предприятий индустрии питания страдает от противоречий между растущим спросом на инновационные организационно-экономические механизмы функционирования предприятий питания и прогрессивных технологий обслуживания и недостатком финансовых и организационно-экономических возможностей для их внедрения. Для разрешения противоречия необходима разработка и совершенствование механизма инновационного управления индустрией питания на всех его уровнях с учетом комплексной структуры этого сложного вида бизнеса, к неотъемлемым элементам которого относятся интеллектуальные, организационные, технические, производственные, маркетинговые и финансовые операции.

К путям реализации инноваций в ресторанном бизнесе относятся:

1. Технические, связанные с внедрением новых видов техники, приспособлений, инструментов, а также технико-технологических приёмов труда в обслуживании. Тренд на внедрение компьютерной техники, распространение информационно-технологических новшеств способствует облегчению работы с клиентами и усовершенствованию процесса сервисного производства. Так, пилотный проект внедрения системы управления ресторанным бизнесом *iiko* в холдинге «Кофе Хаус» оптимизировал рабочие процессы и улучшил ряд показателей: время обслуживания гостей сократилось в среднем на 30%, время на внедрение новых блюд – в десятки раз. Комплексная автоматизация на базе *iiko* интегрирует в единое информационное пространство управление финансовыми, материальными и человеческими ресурсами как отдельного ресторана, так и сети предприятий общественного питания, делает прозрачным управленческий учёт и отчётность, зарплату и мотивацию персонала, управление программами лояльности гостей, видеонаблюдение, интегрированное с событиями в системе, управление музыкой в зале ресторана и прочее. Программа *iikoRMS* автоматизирует ресторанный бизнес в режиме реального времени: кассовые и официантские терминалы; склады и кухни; финансовый анализ и отчетность для акционеров; управление музыкой и системой видео-безопасности в заведении; планирование банкетов и предварительного резервирования столов; систему лояльности гостей. *iikoRMS* предоставляет владельцу или управляющему ресторана полную картину бизнеса, исторические данные, статистику, информацию о важных проблемах, ситуациях и событиях [8]. Идея соединить Интернет и кафе успешно реализована компанией «Фотоцентр.ru»: в Москве открыто первое фото-кафе. На столиках установлены мониторы с интерфейсом для удобного просмотра фотографий. Любой кадр можно отправить в печать, и через несколько минут его доставят на столик заказчика. Посетители могут приносить с собой флэш-карты с цифровыми изображениями либо непроявленные пленки. Напитки заказываются с помощью электронного меню. Пример внедрения инновационной технологии *sousvide* [3] в ресторанах приводит к сокращению высококвалифицированного персонала, экономии сырья за счет уменьшения тепловых потерь, выработке безотходного меню.

2. Организационно-технологические, связанные с более эффективными видами услуг и организационными нормами труда. Повышая качество обслуживания, рестораны повышают число постоянных гостей и получают больше прибыли. Исследования



показали, что если хотя бы на 5 % увеличится численность постоянной клиентуры, то рост прибыли составит приблизительно 25 %. Примером эффективных форм обслуживания можно назвать британский ресторан «Yo! Sushi», где не приходится ждать официанта: свежайшие суши и роллы проплывают мимо столиков на конвейере. Вставать не нужно — просто берёшь, что нравится, с движущейся ленты. В 2013 году количество заведений этой сети приблизилось к сотне.

3. Использование техник интерактивного менеджмента управленческими компаниями: «Зебра Телеком Санкт-Петербург», один из крупных операторов IP-телефонии и Интернет-провайдер, соединила переговорный пункт с Интернет-кафе. В зале четыре площадки: переговорный пункт, зона доступа в Интернет, игровая и место отдыха.

4. Комплексные программы, охватывающие одновременно разные аспекты и стороны сервисной деятельности. Сегодня посетитель приходит в ресторан не только и даже не столько за едой, сколько за впечатлениями. И платить он тоже готов за впечатления и ощущения. Всё, что даёт ему эти впечатления: новые формы обслуживания, интересная и необычная подача, неповторимый ассортимент, — перестаёт быть для него дополнительными услугами, а воспринимается только в комплексе с вкусной едой и хорошим обслуживанием. Маркантный пример — «Центр фотографии имени братьев Люмьер» на Болотной набережной в Москве. В Центре три выставочных зала с экспозициями фото, открытая библиотека с лучшей литературой по фотографии, книжный магазин с широким ассортиментом книг по фотоискусству, и ресторан, имеющий вид домашней библиотеки, где можно посидеть с книгой под настольной лампой за чашкой чая и даже вкусно пообедать или поужинать. Кроме этого, в Центре проводятся мастер-классы, читаются лекции. Ещё один пример: на Кутузовском проспекте столицы находится Клуб для всей семьи «Ribambelle» (Рибамбель). Концепция этого заведения давно назрела и была необходима рынку, поскольку детская тема в наших предприятиях питания либо вообще отсутствует, либо развита очень слабо. Здесь же, в одном заведении, созданы все условия для отдыха и развлечений, как взрослых, так и детей, а также для взрослых вместе с детьми. Это и клуб, и развлекательный центр. Помещение разделено на зоны: детский городок, зона для совместного творчества и мастер-классов, кафе, залы для детских праздников, манеж для ещё не умеющих ходить. Профессиональные аниматоры работают с детьми, создавая уникальную игровую атмосферу с элементами театра и цирка и включением 2,5-часовых развлекательных программ в виде шоу-спектаклей, в том числе с дрессированными животными. Детский городок: точная копия взрослой жизни — здесь выстроились в ряд детские домики, стандартные и тематические (магазины, банки, салоны красоты, бензозаправки). Такой домик можно не только купить для ребенка, но и заказать по индивидуальному дизайн-проекту, разработанному с участием родителей. Такой своеобразный магазин игрушек и совместная творческая мастерская. Популярностью пользуются завтраки с изысканным сезонным, взрослым и детским, меню. Кафе предоставляет полный спектр услуг, в том числе организацию корпоративных и детских праздников, специальных мероприятий, мастер-классов, например, по приготовлению куриных котлеток — любимого детского блюда. Профессиональные преподаватели занимаются с детьми в группах по 2 — 4 человека иностранными языками, живописью, в зеркальном танцклассе — балетом. В «Школе раннего развития» помогают развиваться малышам до 1 года. По выходным — своеобразная школа моделей [7], бесплатные фотосессии для мальчиков и девочек: победитель может стать лицом заведения. В Нижнем Новгороде есть подобное детское кафе, но его размах далеко не так монументален, как столичный.

Мониторинг отслеживания изменений, происходящих на отечественном и мировом рынках ресторанного бизнеса, выявляет успешность в решении задач инновационного развития предприятий ресторанного сервиса с акцентом на основных тенденциях развития науки и техники. При этом можно ограничиться тремя методами:

- структурно-морфологического анализа: выявление новых ресторанных разработок как базы для инновационной стратегии предприятия;



- определения характеристик публикационной активности: анализ и поэтапное отслеживание информации определяют стадию жизненного цикла ресторанной инновации в разных странах, что также облегчает разработку инновационной стратегии;

- метод патентов-аналогов: ресторанные предприятия за рубежом оформляют патент только на идеи, имеющие практическую значимость; отслеживая направления, в которых мощность патентов-аналогов растёт быстрее, можно установить направленность инновационной деятельности ведущих ресторанных предприятий в развитии потенциала производственных мощностей.

Анализ полученной информации открывает перспективу выбора инновационной стратегии. При этом важно учитывать следующие факторы:

- риск – уровень экономического развития и финансового положения предприятия позволяет просчитать риск, с которым будет сопряжено каждое из принимаемых инновационных решений;

- знание ранее использовавшихся стратегий инновационного развития и результатов их применения объективирует опыт с учётом недостатков и внедрением новых подходов;

- фактор выбора времени как индикатора влияний макросреды (экономические, демографические, социальные, правовые, политические и другие реалии) и микросреды (SWOT-анализ, модель Портера).

В зависимости от выбранной стратегии инновационного развития происходит выбор предметной специализации ресторанный предприятия, технологий его основного и вспомогательного производства, корректируется система управления и восприятия внешней среды по отношению к ресторанному бизнесу. Например, для любителей “high-tech” в Гонконге создан ресторан с соответствующим именем – «Robot Kitchen». Здесь эксклюзивный алкоголь подаёт умный, сверкающий металлом, робот. Он принимает заказ и по инфракрасной связи передаёт его на кухню. Блюда клиентам доставляют тоже роботы [6].

Комплекс инновационных мероприятий требует немалых затрат, вычисление которых является задачей маркетингового и экономического отделов. Поскольку жизненный цикл ресторанных инноваций имеет значительную продолжительность, одинаковая величина затрат, осуществляемых в разное время, и получаемый результат экономически неравноценны. Это противоречие легко устранимо методом дисконтирования. В рыночной экономике риски могут быть снижены: риск делится на всех участников инновационного ресторанный проекта; используется страхование; выделяются средства на покрытие непредвиденных расходов. В план финансирования инновационного ресторанный проекта должны быть включены статьи на риски: налоговые; нежизнеспособности, незавершённости ресторанный инновации.

Интересы инвестора должны быть также учтены в инновационном проекте [5]. Инвесторы должны быть уверены, что ожидаемые доходы от ресторанный инновации смогут перекрыть затраты, выплаты задолженностей и обеспечат окупаемость капиталовложений.

Для определения инвестиционной привлекательности инновационного проекта проводится экспертиза, рассматриваются альтернативные ресторанный инновации. При этом учитываются: средняя годовая рентабельность ресторанный инновационных проектов и средняя ставка банковского кредита; периоды окупаемости инвестиций; стабильность поступлений; потребности в инвестициях; рентабельность инвестиций в целом и прочее.

Окончательные инвестиционные решения принимаются при: отсутствии более выгодных альтернатив; сокращении риска потерь от инфляции до минимума; окупаемости в краткие сроки; невысокой цене ресторанный инновации; стабильности поступлений; высокой рентабельности с учетом дисконтирования.

Инновационная активность определяется следующими факторами:

1. Доля ресторанный продукции, находящейся на стадиях вывода на рынок и роста, её апробация: дегустация блюд (пробные порции позволяют гостям ознакомиться с но-



выми блюдами бесплатно); презентации (заранее подготовленные приглашительные билеты с указанием разработанного меню, развлекательной программой); праздничные вечера, семейные торжества в ресторане (предлагаются блюда и напитки, которые ежедневно не включаются в меню и карту вин и которые можно попробовать только в период проведения мероприятия), клубы по интересам (гурманов, любителей пива, вина, сигар, ...).

2. Соотношение стоимости нематериальных активов в части технологических и исследовательских лицензий и патентов в совокупных активах ресторанного предприятия и стоимости материальных активов.

3. Доля венчурного финансирования в капитале ресторанных предприятий.

4. Уровень наукоёмкости ресторанной продукции, т. е. использование отдельными предприятиями новейших высокотехнологичных разработок и уникальных идей, с одной стороны, и деятельность других предприятий, осуществляющих освоение новых рынков и ресторанных продуктов, имеющих перспективные бизнес-идеи значительного увеличения объёмов продаж и доходов в ближайшем будущем, с другой.

Наряду с менеджерами и маркетологами, к инновационным процессам напрямую причастен весь персонал ресторанного предприятия. Процесс внедрения происходит вертикально сверху вниз. При его успешности в эту вертикаль начинают интегрироваться и потребители. Так оно приобретает возможность распространяться вширь: успех позволяет увеличить объём продаж, расширить число клиентов и одновременно вызывает желание у конкурентов повторить успех.

Итак, *механизм* внедрения инновационного управления на всех уровнях индустрии питания определяют интеллектуальные, организационные, технические, производственные, маркетинговые и финансовые рычаги, а структурируют технические, организационно-технологические, интерактивные, программно-комплексные факторы. Мониторинг изменений в сфере ресторанных услуг опирается на методы анализа структурно-морфологического, публикационной активности, патентов-аналогов и выявляет основные тенденции развития науки и практики индустрии питания. Инновационная стратегия развития выстраивается на основе опыта, учёта рисков и влияний макро- и микросреды. Инвестиционная привлекательность инновационных проектов в индустрии питания определяется минимальными рисками, окупаемостью в краткие сроки, невысокой ценой инноваций, стабильностью поступлений, высокой рентабельностью, дисконтированием.

Новые идеи, усовершенствованные ресторанные продукты и услуги, обновлённые технологические процессы, нестандартные формы организации и управления ресторанным бизнесом меняют имидж ресторанного предприятия, открывают ему широкий путь инновационного развития.

Список литературы

1. Морозов, Ю.П. Инновационный менеджмент / Ю.П. Морозов. – Н. Новгород, Изд-во ННГУ, 1997.
2. Сазанов, Д.Д. Предпосылки анализа и формирование инновационной политики / Д.Д. Сазанов, А.Б. Титов, М.М. Шабанова. – СПб.: ГУЭФ, 1997.
3. Соловьёв, А. Экстрим-Маркетинг: драйв, кураж и высшая математика / А. Соловьёв. – СПб: Питер, Коммерсантъ. – 2007.
4. Шумпетер, И.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / И.А. Шумпетер. – М.: Эксмо, 2007. – 864 с.
5. Ломовцева, О.А. Проблемы бизнес-сопровождения инновационных проектов малого и среднего бизнеса / О.А. Ломовцева: под. ред. О.П. Овчинниковой. Вып. 1. Орел, ОРАГС, 2010.
6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>.
7. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.horeca.ru/rubrics/conceptions/snogsshibatelnie_fishki_restoranov.
8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vkusov.net/magazin/stati/horeca/item/204>.
9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iiko.ru>.



INNOVATION PROJECTS IN RESTAURANT SERVICES INDUSTRY

JU.V. MALARHOVA¹

R. V. KRYLOVA²

*Nizhny Novgorod Food Technologies and Design Institute, department of «The Nizhny Novgorod State Engineer-Economic Institute»
Nizhny Novgorod*

V. V. KHOKHLOVA³

*Nizhny Novgorod State Technical University name R. Ye. Alekseev
Nizhny Novgorod*

¹*e-mail: julija_m@inbox.ru*

²*e-mail: rami-lyu8989@rambler.ru*

³*e-mail: valentina_49@inbox.ru*

The modern scope of services and market instruments have been expanded significantly and except of massive advertising campaign, high level of creativity enterprise supply industry need an original marketing concept, innovating products, innovating activity and innovating technologies. In this regard, in detail the phenomenon of innovation, of innovating activity, the management of this process are analyzed. The ways of innovations, the monitoring of changing on world and domestically markets of restaurant business, which reveals success in solving problems of restaurant service company's innovating development are marked, with the accent on the main tendencies of science's and technique's development. At that the methods of structures-morphological analyzes, of definition of publishing activities characteristics, of patent-similar. The financing plan of innovating restaurant project is investigated: it concludes the risky expenditures: taxes, frailties, incompleteness of restaurant's innovation. It opens improving the efficiency of labor possibilities. The mechanism of food industry innovating management is analyzed in all its levels, its integral elements are intellectual, organizing, technical, production, marketing and financial operations.

Keywords: innovation; innovating activity; production; innovating development; technological potential; food industry; the efficiency of labor.