

56. Інноваційні напрями розвитку ресторанного господарства в Україні

Яна Шевела, Дарія Басюк

Національний університет харчових технологій

Вступ. У теперішній час, на світовому ринку, можна прослідкувати існування різноманітних концепцій організації ресторанного бізнесу, що створює здорове конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості пропонованої продукції та послуг, вивченню і задоволенню смаків споживача і, як результат, збільшенню прибутку.

Кожен заклад ресторанного господарства, що виходить на український ринок, стикається з жорсткою конкуренцією, виживати в умовах якої можна лише за рахунок нової ідеї, унікального продукту чи якісного обслуговування у відповідності до прийнятної цінової політики. Оновлення, як спосіб «оздоровлення» бізнесу, використовують і уже існуючі на ринку заклади ресторанного господарства. Керівники вітчизняних підприємств лише розпочали етап введення і популяризації світових «новинок» ресторанного сервісу.

Матеріали і методи. В ході дослідження були проаналізовані праці науковців в сфері ресторанного бізнесу таких, як Г. П'ятницька, Д. Алексєєв, Т. Шталь, В. Малишкова та інші.

Результати. Багатий закордонний досвід в організації ресторанного бізнесу можна інтерпретувати в абсолютно нові підходи даної галузі в Україні, включаючи такі ідеї, як:

- легка термічна обробка продукції (наприклад, на вок-сковороді);
- використання матеріалів вулканічного походження (печі, вулканічні камені для приготування їжі в торговій залі, на очах у відвідувачів);
- ідея відкритої кухні, коли приготування страв здійснюється не в окремому приміщенні, а, безпосередньо в торговому залі, перед клієнтами;
- фламбування страв, у тому числі в залі, використовуючи спеціальні фламбе-візки;
- гриль-обробка овочів, м'яса, риби, грибів тощо;
- еко-технології та популяризація ідеї здорової їжі;

незвичайні поєднання та смакові акценти (сполучення холодного і гарячого, кисло-солодкого і солоного);

застосування автоматизованого та роботизованого сервісу;

розміщення презентацій і вітрин з муляжами готових страв меню у торгових приміщеннях для візуального вибору позицій та подразнення смакових рецепторів споживача;

ідея відкритості і прозорості технічного планування - виражається в незавершеності стелі торгових приміщень, що не вписується в загальне дизайнерське рішення;

застосування прийомів молекулярної кухні, суть якої полягає у досягненні незвичайної властивості, смаку, консистенції страви шляхом змішування нерозчинних речовин, обробки рідким азотом, желюванням тощо;

концепція «free flow» (вільний рух), що характеризується відсутністю офіціантів, відкритою кухнею, вільним розміщенням відвідувачів у тематично відокремлених зонах торгової зали – кавових, коктейльних, пивних, зі вживанням гарячих страв, закусочних «острівках».

Маловідомим напрямком для українських рестораторів залишається фуд-дизайн, що дозволяє якісно поліпшити подачу страв у відповідності з сучасними тенденціями; зробити меню закладу оригінальнішим і привабливішим з допомогою фотографій фуд-стилістів, не змінюючи рецептури страв; є оновленням, як елемент маркетингу.

Новою і, порівняно незатратною, родзинкою для більшості закладів міг би стати принцип "Eat&Smile" («їж і усміхайся») - обслуговування, що формує прихильність постійних та привертає увагу потенційних клієнтів, створює імідж. Наприклад, принти побажань на дні тарілок: «Успішного дня!», «Ви сьогодні гарно виглядаєте!», «Все буде добре!», «Усміхайтесь!» та компліменти від шеф-кухаря доповнили б і найвишуканіший сервіс.

У рейтинговому списку «50 кращих ресторанів світу» популярного британського журналу «Restaurant» перше місце у 2010-2012 роках посідав ресторан Noma (Копенгаген, Данія). Його особливість – молекулярна інтерпретація скандинавської кухні, екологічно чисте меню, еко-продукція та вишукана подача. 2013 року цю позицію зайняв іспанський ресторан «El Celler de Can Roca», що вирізняється унікальним поєднанням смаків у стравах каталонської кухні, наприклад, карамелізовані оливки на дереві бонсай, морозиво зі смаком диму кубинських сигар та ін. Не останню роль у формуванні популярності цих ресторанів серед споживачів відіграли атмосфера обслуговування та дизайн інтер'єру.

Основні дизайнерські елементи оформлення торгових приміщень на сьогодні – це дизайн світла; фітодизайн (рослини, плоди, квіти у поєднанні з різними предметами); аквадизайн (відкриті і закриті ємності з водою, штучні водоспади, акваріуми, фонтани, міні-басейни); елементи флористики (чучела птахів, звірів, шкури, пір'я тощо); інші елементи (фотографії, картини, декоративні вази, маски, вироби з рисової соломки та лози тощо).

Висновки. Отже, подані пропозиції слід застосувати для «оздоровлення» існуючих та відкриття нових закладів ресторанного господарства в Україні, що здатне суттєво збільшити ставлення та обсяги споживачів, а, отже, і прибутків, популяризувати заклад і зробити взірцем успіху для інших.

Література.

1. <http://ua.korrespondent.net/>
2. <http://www.gourmetclub.ua/ua/>