

Рябова В.К. Инновационное развитие социально-культурного сервиса Ставропольского края на примере ресторанной индустрии // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2019. – №12 (декабрь). – АРТ 578-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ

УКД 658.5.018.2

Рябова Виктория Константиновна
Студентка 1 курса,
факультета сервиса ФГАОУ ВО
«Северо-Кавказский федеральный университет»
г. Ставрополь, Российская Федерация»
e-mail: albus_avis@mail.ru

**ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-
КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ НА
ПРИМЕРЕ РЕСТОРАННОЙ ИНДУСТРИИ**

Аннотация: в данной статье было рассмотрено развитие социально-культурного сервиса на территории Ставропольского края по примеру ресторанной индустрии.

Ключевые слова: социально-культурный сервис, ресторанная индустрия, Ставропольский край, инновации, технологии обслуживания, инновационная деятельность.

Ryabova Viktoriya
1nd year student,
features of service FGAOU VO
"North-Caucasian Federal University"
Stavropol, Russian Federation
e-mail: albus_avis@mail.ru

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE SOCIO-CULTURAL SERVICE OF THE STAVROPOL TERRITORY BY THE EXAMPLE OF THE RESTAURANT INDUSTRY.

Abstract: this article examined the development of social and cultural services in the Stavropol Territory following the example of the restaurant industry.

Key words: socio-cultural service, restaurant industry, Stavropol Territory, innovation, service technologies, innovative activity.

Актуальность данной темы заключается в том, что на территории российской федерации на сегодняшний день идет глобальное развитие социально-культурного сервиса для привлечения туристов и повышения экономических показателей страны. Ставропольский край также не остался в стороне, в 2015 году вышел приказ от министерства культуры СК «об утверждении стратегии развития туризма и сервиса в Ставропольском крае до 2030 года», на основании приведенного документа, можно сделать вывод, что Ставропольский край вводит определенные инновации в развитие социально-культурного сервиса.

Инновация - это введенный в употребление новый или в большей степени улучшенный продукт или процесс.

Примерами инновации могут быть: создание новой системы управления на предприятии, усовершенствованный технологический процесс обслуживания клиентов, инновационные продукты и т.д.

Инновационная деятельность одна из наиболее важных составляющих менеджмента в индустрии социально-культурного сервиса и туризма. Эта деятельность обеспечивает успех фирмы на рынке, создает условия

постоянного улучшения качества услуг и обслуживания. Потребность в инновационной деятельности всегда появляется в связи с необходимостью внесения изменений в сложившуюся социально-культурную систему.

Понятие «социально-культурный сервис и туризм» является составным и охватывает разные категории организаций, которые представляют социальные и персональные услуги. Сам процесс разработки и внедрения новшеств в практику выступает здесь как целенаправленная, научно обоснованная деятельность, нацеленная на изменение социально-культурной ситуации, создание новых культурных продуктов, благ и услуг, творческое развитие существующих объектов, подходов и технологий. Инновационные технологии способствуют повышению эффективности социально-культурной деятельности. Основу инновационных технологий неизменно составляет наличие конкретной творческой, организационной, социально-психологической проблемы, что служит необходимой предпосылкой для использования нестандартного, инновационного решения. Кроме того, конструктивные инновационные инициативы и технологии в сфере культуры, быта, досуга способствуют кристаллизации, самоорганизации и тесному взаимодействию заинтересованных субъектов социально-культурной деятельности – муниципальных, общественных структур, всего населения.

Нами было проанализировано предприятие ресторанного сервиса «VOGUE» г.Ставрополь на основе проведенного анализа были выявлены инновационные продукты социально-культурного сервиса ресторанной индустрии:

1. Инновационный дизайн

Одной из основных составляющих инновационных предприятий является дизайн.

В момент, когда потребитель находится на предприятии по оказанию услуги у него срабатывает такое понятие, как «экономика впечатлений».

Понятие “экономика впечатлений” вводят Джозеф Б. Пайн, Джеймс Х. Гилмор в своей книге «Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена». Они определяют ее, как новый этап социально-экономического развития общества, после сырьевой экономики, экономики товаров и услуг и говорят о том, что «открытое предложение впечатлений возникает тогда, когда компания целенаправленно использует услуги как сцену, а товары – как декорацию для того, чтобы увлечь клиента.

Это говорит нам о том, что инновационный дизайн, является главной составляющей, для того чтобы заинтересовать потребителя.

2. Технологии обслуживания клиентов

В технологии обслуживания проявляются такие инновации, как:

1. Наличие пейджеров.

Пейджер— приёмник персонального вызова.

С помощью данного устройства, официант всегда знает, чего хочет гость: сделать заказ или же оплатить счет. Данное устройство не только экономит время ожидания официанта, но и создает хорошее впечатление о заведении.

1. Программа R-Кеерер

После принятия заказа, официант вносит все составляющие в программу R-Кеерера.

R-Кеерер – это современная полнофункциональная компьютерная система для организации высокотехнологичного кассового обслуживания для предприятий сфер обслуживания различной формы.

2. Инновационное обучение персонала

Помимо инновационных предметов труда, также все официанты и бармены проходят ежегодно обучение. Одним из последних было: обучение «кофе-арт».

«Кофе-арт» - это художественное рисование на кофейных напитках.

Можно сделать вывод, что внедрение инноваций в систему обслуживания способствует сокращению затрат времени на предоставление услуги и создает положительное впечатление об организации в целом.

3. Инновационный маркетинг. Социальная сеть «Instagram»

Основной ключевой особенностью развития сервисного предприятия – это инновационное развитие маркетинговых составляющих.

На данный момент самой основной интернет-платформой для маркетингового развития продуктов и услуг является «Instagram», в связи с тем, что основная потребительская аудитория зарегистрирована в данной сети. На примере ресторана можно увидеть большое количество способов привлечения потребителей: регулярные розыгрыши, знакомство с персоналом ресторана, семейные фотографии, большое количество памяток о выборе фруктов, овощей, красивый и неповторимый дизайн и т.д.

Все это говорит нам о том, что основные маркетинговые способы привлечения потребителей, необходимо подстраивать, под инновационное развитие целевой аудитории.

В данной статье был приведен ресторан эталонного типа по содержанию инноваций, который был открыт 2018 году. И по сей день является одним из лучших в нашем городе. Это говорит о том, что на данный момент социально-культурный сервис на территории Ставропольского края

развивается с хорошей скоростью добавляя в свою работу большое количество инноваций.

Список использованной литературы:

1. Брассингтон Ф., Петтитт С. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтитт. – М.: Бизнес Букс, 2016. – 536 с.
2. Введенский В.Г. Сервисная деятельность: Учебник (для бакалавров). 2-е изд. – М.: КноРус, 2018. – 176 с. ЭБС «Лань».
3. Годин, А. М. Маркетинг: учебник для экономических вузов по направлению "Экономика" и специальности "Маркетинг" / А. М. Годин. – М.: Дашков и К°, 2015. – 671 с.
4. Гордин В. Э., Сущинская М. Д. Менеджмент в сфере услуг.– М.: Бизнес-пресса, 2015. - 272 с.
5. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: учеб.пособие по спец. "Маркетинг" / Н.Г.Каменева, В.А.Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. - 437 с.
6. Руденко Л.Л. Сервисная деятельность: Учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2018.
7. Лойко О.Т. Сервисная деятельность: Учебное пособие. – М.: Академия, 2017.
8. Маркетинг: учебник для магистров, аспирантов и специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность / И. М. Синяева и др. – М.: Вузовский учебник: Инфра-М, 2017. - 383 с.

Дата поступления в редакцию: 26.11.2019 г.

Опубликовано: 02.12.2019 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2019

© Рябова В.К., 2019