

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ЗДОБУТТЯ КОНКУРЕТНИХ ПЕРЕВАГ ЗАКЛАДАМИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Вовчанська О.М.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу
Львівського торговельно-економічного університету*

Іванова Л.О.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та менеджменту
Львівського державного університету фізичної культури
імені І. Боберського*

Розвиток підприємств у різних сферах бізнесу в сучасних умовах господарювання забезпечується використанням ними інновацій, які надають стратегічні конкурентні переваги на ринку. Реалії сьогодення через загострення конкурентної боротьби вимагають від українських підприємств ресторанного господарства значної інноваційної активності. Кожен ресторанний заклад аби залучити якнайбільше клієнтів намагається підвищувати рівень якості обслуговування, і тому особливу увагу звертає на інновації, які принаджують клієнтів своєю неординарністю пропозиції та загалом підвищують імідж ресторанного закладу.

Зкладам ресторанного господарства для утримання постійних клієнтів і залучення нових вже недостатньо стильного інтер'єру та якісної смачної їжі. Нагальною стає потреба в різноманітних нововведеннях – інноваціях, завдяки яким клієнти прагнуть відвідати цей конкретний заклад ресторанного господарства. Розвиток інноваційних технологій у сфері ресторанного бізнесу обумовлений завданнями, що стоять перед менеджментом закладу: збільшити кількість клієнтів, організувати максимальний обсяг продажу, завоювати прихильність відвідувачів і зробити їх постійними клієнтами. Адже, як переконують маркетингові дослідження, саме постійні клієнти забезпечують ресторанному закладу стабільний прибуток.

В Україні сьогодні ефективному впровадженню інновацій у закладах ресторанного господарства заважає низка перешкод, серед яких низький рівень інноваційного потенціалу, слабкі фінансові можливості, недостатня ресурсна база, незначний попит на інноваційну продукцію та послуги, відсутність та нестача кваліфікованого персоналу, опір інноваційним змінам з боку персоналу. До переліку перешкод для впровадження інноваційних технологій в закладах ресторанного господарства також потрібно віднести високу вартість інноваційних розробок, необхідність адаптації до них працівників, а також те, що менеджери, як правило, зосереджені на отриманні прибутку з поточної діяльності ресторанного закладу, нехтуючи тим, що інноваційні рішення дадуть змогу отримати більший прибуток у майбутньому.

Маркетингові дослідження засвідчують, що ресторанний бізнес за темпами розвитку є найдинамічнішою складовою туристичної індустрії, але і конкурентне середовище у ньому є одним з найскладніших і визначається значною кількістю чинників. Це посилює актуальність проблем щодо введення інноваційної складової у технологію ресторанного господарства та пропозиції ексклюзивних послуг.

Зростання конкуренції у ресторанному бізнесі в сучасних умовах значною мірою обумовлюється різноманіттям закладів ресторанного господарства та послуг, які вони надають. Разом з цим важливим важелем конкурентної боротьби у цій сфері бізнесу є інновації. Потрібно розуміти, що загалом інновації відповідають певному етапу розвитку суспільства, галузі або підприємства і виступають об'єктивними потребами певного часового етапу, наприклад, наявність у закладах ресторанного господарства безкоштовного бездротового Інтернету, Wi-Fi тощо. Але зараз мова йде власне про такі інновації, які додають ресторанному закладу неповторності, унікальності, привабливості для клієнтів. Аналіз літературних джерел показує, що до числа останніх інноваційних ресторанних технологій відносять застосування інтерактивного (електронного) меню, екрану-планшету на столах, сенсорного дисплею, QR-коду у маркетингу підприємства, технології LED оповіщення, харчові 3-D принтери, сенсорні виробники їжі, використання тривимірних проекцій і відео-меппінга для демонстрації приготування страв, автоматизацію та інформатизацію процесів у ресторанних закладах, використання web- і телекомунікаційних технологій тощо [1].

Маркетингові дослідження засвідчили, що серед основних напрямів розвитку сучасних технологій у закладах ресторанного господарства найбільшої популярності набули: організація обслуговування за системою кейтерінг; створення концептуальних підприємств; створення ресторанів по типу FreeFloor; приготування страв у присутності відвідувачів; відкриття фуд-кортів; розширення мережі віртуальних ресторанів тощо [2-3].

Організація виїзного обслуговування за системою кейтерінг забезпечує продукти харчування, напої, посуд і все необхідне для організації прийому, банкету поза рестораном, обслуговування різноманітних заходів.

Ідея концептуального ресторану передбачає вибір певної теми, відповідно до якої розробляється меню (часто суміщення різної кухні і стилів), оформляється інтер'єр, підбирається посуд, меблі та ін., здійснюється обслуговування.

Ресторани FreeFloor пропонують новий формат із поєднанням фаст-фуду та «шведського столу». Клієнт має безпосередній доступ до страв, переважають низькі ціни та швидке обслуговування. Особливістю ресторанів такого типу є відкрита кухня, де відбувається демонстрація приготування страв.

Класичний фуд-корт об'єднує декілька невеликих підприємств харчування в одному великому загальному залі. Може бути вуличним або стаціонарним (у торговельному, офісному, розважальному центрі, кінотеатрі

тощо). Найчастіше у фуд-кортах функціонують фреш-бари, кав'ярні, піцерії, бутербродні, морозиво.

Інтерактивне електронне меню позбавляє клієнта від великої кількості паперових сторінок і окремих винно-коктейльних карт. В очікуванні замовлення він може пограти в ігри, почитати новини, «побродити» Інтернетом.

Що стосується використання QR-кодів, то їх можна розміщувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню та закінчуючи вивісками і столиками. У QR-коді закодовують безліч інформації – історію ресторанного закладу, авторство унікальних деталей інтер'єру і картин, меню з детальною інформацією про страви (склад, калорійність, спосіб обробки), акції, лотереї, розіграші, програми лояльності, інтерактивні опитування та голосування [4].

Таке сучасне мультимедійне рішення як інтерактивний стіл дозволяє клієнту обрати страву, прочитати про неї вичерпну інформацію, зробити замовлення, яке одразу ж відправляється на кухню, включити онлайн-трансляцію приготування страви, вибрати оформлення столу, музичний супровід, грати у комп'ютерні ігри під час очікування замовлення тощо; інтерактивні столи також є своєрідними посередниками між відвідувачами, адже можна знайомитися, обмінюватися цікавою інформацією, грати в шахи та інші ігри з відвідувачами за сусідніми столиками.

Для розваги клієнта і утримання його у барі якомога довше використовують спеціальну інформаційно-розважальну систему, вбудовану в барну стійку – інтерактивний бар. По суті це інтерактивний екран, який відображає всі відеоефекти, характер та інтенсивність яких визначаються наявністю предметів на стійці та поведінкою клієнта.

Дуже позитивно сприймається приготування кухарем фірмової страви ресторанного закладу перед клієнтами. Поряд з робочим місцем кухаря на кухні встановлені камери, а на моніторі у залі за процесом приготування страв спостерігають клієнти, яким це цікаво. Така інновація отримала назву теплан-шоу.

Звернімо увагу, що застосування перелічених інновацій у ресторанному бізнесі значною мірою враховує новітні ринкові тенденції стосовно того, що сучасні споживачі люблять бути залученими до створення інноваційного продукту або його використання.

Водночас, приймаючи рішення про впровадження інновацій у закладах ресторанного господарства, не варто забувати і про ризики. Інновація є успішною, якщо вона затребувана клієнтами, унікальна, і, що важливо, стійка до запозичень і прямого копіювання іншими закладами.

Таким чином, в сучасних закладах ресторанного господарства привабливими повинні бути не тільки різні страви та напої, але й інноваційні послуги, зручності, доброзичлива атмосфера, відпочинок, музичний супровід. А використання закладами ресторанного господарства таких інновацій, як e-MenuBoard, QR-код та додатків SmartCellar або Uncorked, дозволяє значно ефективніше організувати роботу персоналів ресторанного закладу, отримати

додатковий прибуток та вагомі переваги у конкурентній боротьбі. Важливо, що впровадження інноваційних технологій в сучасному ресторанному бізнесі надає чимало перспектив для його розвитку.

Впровадження інноваційних технологій у ресторанній сфері в Україні сприятиме збільшенню кількості клієнтів, розширенню асортименту продукції та способів її подання, пошуку нових оригінальних рішень ведення бізнесу, які підвищують його конкурентоздатність. Врахування світових тенденцій у розвитку інноваційних технологій, дозволить українським закладам ресторанного господарства правильно оцінити власні можливості розвитку на ринку інновацій, що і визначатиме перспективи подальших досліджень.

Література:

1. Портал гостиничного и ресторанного бизнеса. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/category/technologies/>
2. Кравчук Н. М. Інноваційні ресторани технології. / Н. М. Кравчук, І. Л. Корецька. – К. : НУХТ, 2014. – 114 с.
3. П'ятницька Г. Інноваційні ресторани технології : основи теорії : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г. П'ятницька, Н. П'ятницька. – К. : Кондор-Виробництво, 2013. – 250 с.
4. Вовчанська О. М. Конфігурація складових PR-технологій у ресторанному бізнесі / О. М. Вовчанська, Л. О. Іванова, Н. Р. Балук // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2018. – Том 23. – Випуск 3 (68). – С. 62-68.

ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПОСТАЧАЛЬНИКА В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Захарченко В.І.

*доктор економічних наук, професор,
Одеський національний політехнічний університет*

Байлюк Ю.О.

Одеський національний політехнічний університет

Основні фактори, що впливають на конкурентоспроможність постачальника – це ціна, транспортні витрати, якість продукції, рівень виконання договірних зобов'язань. Конкурентоспроможність продукції багато в чому залежить від встановленої на неї ціни, що є основним показником, в якому, як у фокусі, відображаються всі витрати постачальника і ефективність його роботи [1, с. 18-19].

Певний взаємозв'язок існує між ціною і рівнем конкурентоспроможності постачальника: чим сильніша конкуренція між постачальниками, тим зазвичай нижче ціна; чим більш конкурентоспроможний постачальник, тим більша ймовірність того, що він зможе продати свою продукцію споживачеві за тією ціною, яка влаштовує останнього. Через цінову конкуренцію