

УДК 330.3

Погайдак Р.Г., Шерстюк Р.П., Федішин І.Б.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Pohaidak R., Sherstiuk R., Fedyshyn I.

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

THE ROLE OF INNOVATION IN THE MANAGEMENT OF A RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISE

У XXI столітті сферу громадського харчування і, зокрема, ресторанного бізнесу можна віднести до постіндустріального економічного укладу через її активну участь у розвитку сучасної інфраструктури життя сучасної людини. При цьому саме сфера обслуговування становить в економічно розвинутих країнах розвивається особливо інтенсивно. Експерти прогнозують, що вперше в історії під час нового шостого технологічного укладу сфера обслуговування розвиватиметься швидшими темпами. Досліджуючи дану сферу, слід враховувати, що структура сучасної постіндустріальної економіки включає три сегменти (частини): виробництво; сфера обслуговування; сільське господарство. В умовах постіндустріальної глобалізації в розвинутих країнах найважливішим із цих трьох елементів є постіндустріальний сектор обслуговування. Дослідники активно вивчають системні зв'язки ресторанної діяльності з іншими галузями економіки (готельний бізнес, органічне землеробство).

Особливо нестабільне економічне і політичне середовище, в якому розвиваються підприємства на сучасному етапі, вимагає інновацій у менеджменті як невід'ємного фактору успіху та стійкості. Таким чином, досліджуючи роль інновацій як специфічного інструменту розвитку бізнесу, можна стверджувати, що синергія інновацій та менеджменту є фундаментом формування та розвитку ресторанного закладу.

Дослідження Пилипенка та його колег [1] показують, що багато компаній стикаються з труднощами при розробці стратегій інноваційного розвитку. Автори підкреслюють, що успіх інноваційних компаній залежить від кваліфікованих фахівців, які добре розуміють технології та вміють аналізувати інформацію [2].

В даний час для просування готельно-ресторанного бізнесу виникла необхідність використання сучасних інформаційних технологій, які забезпечують доступ до інформаційних і віртуальних ресурсів: когнітивних, допоміжних та організаційних. Ефективний інноваційний менеджмент передбачає чітке визначення цілей та завдань, а також збалансовану орієнтацію як на внутрішні ресурси компанії, так і на зовнішній ринок. Незважаючи на те, що внутрішні інновації є важливим джерелом нових ідей, успіх інноваційного продукту залежить від його відповідності потребам клієнтів. Тому проведення маркетингових досліджень є невід'ємною частиною процесу розробки нового продукту. Тому сьогодні використання інформаційних та Інтернет-технологій вважається чи не основним інструментом підвищення ефективності ресторанного бізнесу. В умовах зростання конкуренції найбільш гостро постають питання додаткових засобів підвищення прибутковості.

Зростання мобільності та цифрової трансформації споживачів вимагає від підприємств сфери обслуговування розробки комплексних стратегій цифрового маркетингу. Активна присутність в Інтернеті, включаючи соціальні мережі та краудсорсингові платформи, є ключовим фактором для залучення клієнтів, побудови

бренду та забезпечення ефективної взаємодії. До пізнавальних ресурсів належать спеціалізовані портали, віртуальні тури, сайти ресторанів. Портали, як і веб-сайти дають можливість ресторану заявити про себе, а кінцевому споживачеві – дізнатися про пропонувані послуги.

Інновації в ресторанному секторі з'являються як концептуальні рішення менеджменту в п'яти основних сферах: дизайн і атмосфера (наприклад, зовнішній вигляд інтер'єру та екстер'єру, кольори, музика тощо), їжа та напої (наприклад, розмір порції, нові інгредієнти, відсутність алергенів тощо), застосування технологій (наприклад, POS-термінали, онлайн-бронювання, програми для смартфонів, соціальні медіа тощо) та відповідальний бізнес (наприклад, етика, екологічні пакети, переробка відходів тощо).

Воєнні дії на території України суттєво позначилися на роботі туроператорів – за перше півріччя 2022 року зафіксовано спад у 21% їхньої діяльності. Вони сплатили до держбюджету лише 83 млн грн податків, торік за аналогічний період сума надходжень склала 106 млн грн. у 2022 році найбільше податків від туризму отримано в таких регіонах: Івано-Франківська – приріст 63%; Львівська – приріст 51%; Київська область – приріст 16%; Київ – спад на 34%; Одеська область – спад на 82,3% [3].

Варто зауважити, що розмір ринку готельної та курортної індустрії в усьому світі зростав до початку COVID-19 у 2020 році. Розмір ринку даної сфери у всьому світі досяг свого піку в 1,52 трильйона доларів у 2019 році. У 2020 та 2021 роках даний показник впав нижче одного трильйона [3].

Однак, варто зауважити, що, наприклад у США не всі типи готелів постраждали однаково. Серйозно постраждали великі висококласні готелі, які, як правило, були орієнтовані на клієнтів з високим рівнем доходів. Готелі у великих містах і на курортах також зазнали значного падіння. Загалом падіння економічних показників розкішних готелів становило 13,9%, готелів вищого рівня – 15,2%, висококласних готелів – 12,4%, готелів верхнього середнього рівня – 9,7%, готелів середнього рівня – 8,2%, економ готелів – 8,6. Станом на 2021 рік у США 513 підприємств ресторанного господарства, 297 підприємств транспорту та 117 авіакомпаній оголосили про банкрутство [3].

Загалом готельно-ресторанний бізнес в Україні розвивається повільно, і це пов'язано з тим, що основна увага інвесторів зосереджена на будівництві торгово-розважальних комплексів, офісних та житлових центрів. Будівництво готелів не є в пріоритеті, тому що термін їх окупності більший. Існуюча інфраструктура галузі ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів.

Сьогоднішня економічна нестабільність, викликана війнами та іншими глобальними загрозами, призводить до серйозних наслідків. Це включає спад економіки, зростання безробіття, дефіцит інвестицій та проблеми в бізнесі, особливо в готельно-ресторанній сфері. Такі кризи можуть швидко поширюватися по всьому світу і тривалий негативний вплив може зруйнувати економіку цілих країн.

Список використаних джерел:

1. Pylypenko H., Pylypenko Yu., Prokhorova V., Mnykh O., Dubiei Yu. Transition to a new paradigm of human capital development in the dynamic environment of the knowledge economy. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*. 2021. No 6. Pp. 142-148. DOI:<https://doi.org/10.33271/nvngu/2021-6/170>
2. Sherstiuk, R., Kozlovskyy, A. Innovative strategies for enterprises' development in the conditions of modern challenges. *Social Economics*, (67), 2024. pp. 91-102. URL: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2024-67-09>
3. Федішин І. Дослідження впливу криз на маркетингову стратегію підприємств сфери обслуговування / І. Федішин // Галицький економічний вісник. - Т. : ТНТУ, 2022. - Том 78-79. - № 5-6. - С. 16–23.