

2004. – 272 с.

2.Балдерьян И. Маркетинг территории: учеб. пособие / под науч. ред. д-ра экон. наук, профессора Г. Л. Багиева. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2007. – 344 с.

3.Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / [Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер]. – СПб. : Издательство: «Стокгольмская школа экономики», 2005. – 382 с.

4.Брендінг держави в контексті Євро-2012: виклики та перспективи: Аналітична доповідь [Автор: Баровська А.]. – К., НІСД, 2011. – 13 с.

5.Панкрухин А. П. Маркетинг территорий / А. П. Панкрухин. – [2-е изд.]. – СПб. : Питер, 2006. – 416 с.

6.Родькин П. Бренд территории — новая реальность с доставкой по интернету [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prdesign.ru/text/2012/internetbrand.html>.

7.Формирование бренда территории как ресурс развития муниципального образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economamursk.ucoz.ru/publ/brend-territorii/formirovanie-brenda-territorii-kak-resurs-razvitiya-municipalnogo-obrazovaniya/4-1-0-7>.

8.«Розкручування» Батьківщини: секрети просування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.training.com.ua/live/news/raskrutka-rodini-sekrety-prodvizheniya>.

9.«Технології забезпечення інформаційної конкурентоздатності держави в сучасному світі: висновки для України». Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.niss.gov.ua/articles/466/#\\_ftn1](http://www.niss.gov.ua/articles/466/#_ftn1).

10.Дослідження сприйняття України. Бренд «Україна» (позиціонування української держави за кордоном) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://brandukraine.org/k/>.

11.Стан і розвиток зв'язку в Україні за 2011 р. Статистичний бюлетень. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – С. 23.

12.Число мобільних пристроїв з інтернетом незабаром перевищить населення Землі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.dt.ua/TECHNOLOGIES/chislo-mobilnih-pristroyiv-z-internetom-nezabarom-perevischit-naselennya-zemli-97295.html>.

*Отримано 11.10.2012*

УДК 338.48.477

О.Ю.ДАВИДОВА, канд. техн. наук

*Харківська національна академія міського господарства*

Н.В.ПОЛІСТЯНА, канд. техн. наук

*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

## **ІНФОРМАЦІЙНО-КОМП'ЮТЕРНІ ІННОВАЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

Розглянуто поняття та зміст «інноваційні технології». Наведений механізм застосування основних видів інноваційної діяльності у закладах ресторанного господарства. Доведені переваги від впровадження інновацій у заклади ресторанного господарства.

Рассмотрено понятие и содержание «инновационные технологии». Приведен механизм применения основных видов инновационной деятельности в учреждениях ресторанного хозяйства. Доказаны преимущества от внедрения инноваций в учреждения ресторанного хозяйства.

The term “innovation technologies” and its content have been recently investigated. The mechanism of using main kinds of innovation activity in establishments of the catering trade is given. Advantages of inception innovations to establishments of the catering trade are proved.

*Ключові слова:* інновації, інноваційна діяльність, інформаційно-комп'ютерні технології, заклади ресторанного господарства.

XXI століття характеризується стрімким розвитком науково-технічного прогресу й характеризується швидким зростанням змін у всіх сферах суспільного буття. Це час наукомістких технологій та масштабних науково-технологічних проєктів. За таких умов джерелом сучасного розвитку суспільства та діяльності людини стає інноваційна діяльність, а відповідно інноваційні технології стають важливим інструментом усіх радикальних змін у розвитку економічної системи в цілому.

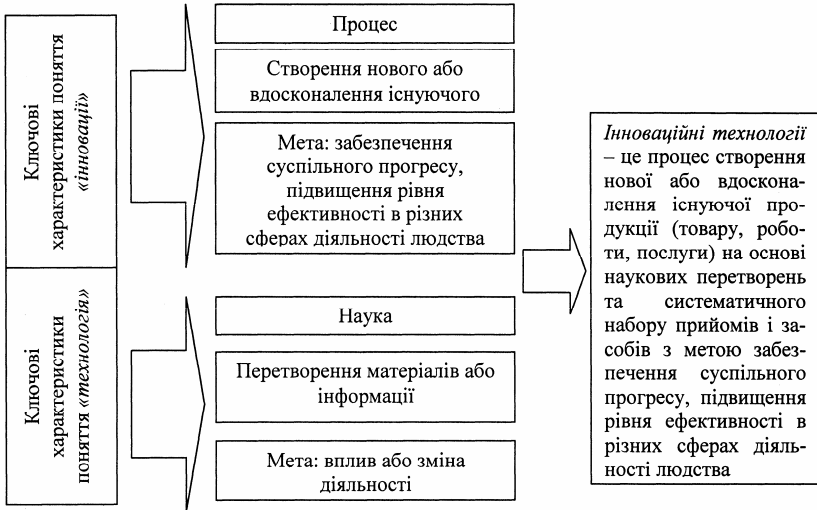
Досвід економічного і соціального розвитку суспільства підтверджує, що сталий розвиток усіх сфер, у тому числі, і ресторанного господарства може бути забезпечений виключно завдяки інноваційним технологіям на макро-, мезо- та мікрорівнях, оскільки вони сприяють модернізації та структурній перебудові економіки. Тому, проблеми інноваційних технологій є досить актуальними [1].

Згідно Закону України «Про інноваційну діяльність», інновації – це новостворені (застосовані, і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери. Таке трактування сутності інновацій пов'язане лише із засобами виробництва або технологічними процесами, що є необхідною але недостатньою умовою, яка повинна спрямовувати весь інвестиційний потік ресурсів у галузі народного господарства з його ефективним використанням. Саме ці аспекти необхідно мати на увазі під час розгляду інноваційного розвитку [2].

З урахуванням викладеного пропонується таке визначення терміну «інновація» для підприємств галузі ресторанного господарства: інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, вона виступає у вигляді удосконаленого організаційно-управлінського та торговельно-технічного процесу з метою досягнення економічного та соціального ефекту [3].

Поняття «інноваційні технології» складається з двох слів, які мають свої характеристики і складають основу даного поняття. Зміст поняття «інноваційні технології» наведений на рисунку.

Інновації, як результат інноваційної діяльності, з одного боку, орієнтовані на краще, більш повне задоволення вимог споживачів, а з іншого – на отримання певного економічного ефекту у вигляді прибутку для підприємств, що ініціюють їх розробку й впровадження.



Зміст поняття «інноваційні технології»

Інноваційна діяльність – це вид діяльності, пов'язаний із трансформацією наукових досліджень і розробок у новий чи покращений продукт, який запропонований на ринку, в новий чи покращений технологічний процес або якісно новий підхід до виробництва та надання суспільно необхідних послуг.

Інноваційна діяльність багато в чому залежить від чинників різного характеру, які можна класифікувати на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх чинників відносяться: наявність матеріальних та фінансових ресурсів, техніка, технологія, організація й управління виробництвом, кадровий потенціал, науковий потенціал, маркетинг, інноваційний клімат, рівень сприйнятливості до нововведень, ступінь самостійності підприємства. Зовнішні чинники поділяються на чинники прямої дії (стан ринку, споживачі, бюджетна і податкова системи, наявність конкурентів, науковий потенціал країни, експортно-імпортна політика, державна інноваційна політика, наявність нормативно-правових інноваційних актів) та чинники непрямої дії (стан макроекономіки, фінансово-кредитна та соціальна політика держави, наявність природних ресурсів, нормативно-правова база, міжнародне науково-технічне співробітництво, політичні чинники).

Найважливішими інноваціями в сучасний час є інформаційно-комп'ютерні технології, розроблені для підприємств ресторанного господарства, які дозволяють значно спростити та оптимізувати низку спе-

цифічних для цього бізнесу процесів. Проте їх розповсюдженню в секторі заважають, по-перше, ненасиченість попиту на послуги ресторанного господарства і дозвілля, по-друге, низька технологічна культура населення. Це все заважає розвитку інноваційних процесів.

Зручність автоматизації та інформатизації процесів на підприємстві ресторанного господарства очевидно не тільки з точки зору «ведення справ», а й з позицій споживачів, оскільки ІС дозволяють більш оперативно працювати з розрахунками споживачів, черговістю обслуговування, забезпеченістю пропонованого меню усіма необхідними інгредієнтами тощо.

Також однією з основних ІТ-інновацій для ресторанного бізнесу є впровадження комплексу web- і телекомунікаційних рішень для взаємодій зі споживачами. В результаті все частіше з'являються послуги доставки додому замовлень, зроблених за телефоном та через Інтернет.

Наприклад, оригінальна ідея з'явилася в ресторанному бізнесі Великобританії. У Лондоні відкрився концептуальний ресторан далекосхідної кухні «Inamo», де немає традиційного надрукованого меню. При цьому споживачі, не встаючи з місця, замовляють страви, спостерігають за їх приготуванням, вибирають оформлення свого столика, дізнаються новини і розважаються, виконують замовлення офіціанти. Такі дії пояснюються тим, що столики в ресторані високотехнологічні. Поверхня столу є сенсорним монітором з ілюстрованим меню, яке і дозволяє робити замовлення, спостерігати за роботою кухарів, вибирати картинку на столі і музику.

Якщо обслуговування в ресторані підходять до кінця «столік» допоможе викликати таксі. Незважаючи на креативну систему замовлення, інтер'єри закладу досить консервативні. Очевидно, це зроблено для того, щоб залучити в ресторан не тільки молодь, яка обожнює технологічні нововведення, але і заможних споживачів.

Більше багатообіцяючим напрямком використання web- і телекомунікаційних технологій є технології з нарощування потоку споживачів ресторанів і непрямой реклами ресторанних закладів. В даному випадку пробки на дорогах можуть бути звернені на користь підприємствам ресторанного господарства шляхом використання RFID-технологій. В Росії та Україні ці системи ще не дуже розповсюджені, але за кордоном вони знайшли широкого використання.

Суть технології – в розміщенні поблизу ресторанів RFID-міток, які можуть прочитуватися спеціальними портативними пристроями за допомогою Wi-Fi, Bluetooth або мобільного зв'язку. Відбувається зв'язок з сервером, на якому зберігається найрізноманітніша інформація про да-

ний ресторан. Відповідна інформація далі може бути передана на спеціальний портативний пристрій, що знаходиться у власника.

Наприклад, власник смартфона або планшетного комп'ютера, який заблукав або стоїть у пробці, отримує можливість переглянути меню розташованого поблизу ресторану, дізнатися про наявність вільних місць, систему знижок, бонусів, додаткові послуги тощо.

Ці технології дозволяють розширити рекламу закладу ресторанного господарства та залучити нових споживачів, якщо він автоматично детектується мобільним телефоном, смартфоном або планшетним комп'ютером.

Однак технологічні перетворення в сфері послуг не обмежуються нововведеннями інформаційних та автоматизованих технологій. На ресторанний бізнес значно впливають, також, досягнення з таких типів технологій, як енергетичні, біопроцесні, інформаційні, обслуговуючі, управлінські.

У США набула популярності така інновація, яка передбачає у закладі ресторанного господарства здорове швидке харчування поряд із проведенням часу в соціальних мережах та грою в комп'ютерні ігри з іншими відвідувачами. Такі інноваційні заклади знайшли популярність завдяки тому, що споживач отримує швидку та корисну продукцію. У меню ресторанів пропонується більше двохсот найменувань різноманітних сандвічів з натуральних продуктів без генетично модифікованих організмів і з мінімальним вмістом жиру. Особливо успішні геймери можуть виграти смачні безкоштовні добавки до свого замовлення.

Необхідно зазначити, що і в місті Харків заклади ресторанного господарства дуже стрімко розвиваються і також широко впроваджують сучасні Інтернет-технології. Наприклад, ресторани «Тануки», «MAFIA», «Pizza Life-Suhi Life» розробили сайти, які мають таку інформацію:

1. Візитна картка. Сайт являє собою простий спосіб представлення бізнесу, містить ключову інформацію про ресторан, його місцезнаходження і основні напрями діяльності.

2. Web-вітрина. Містить довідкову інформацію, спеціальні пропозиції (опис меню, інтер'єру, кухні і т.д.), прас-аркуші і «гарячі» новини.

3. Система «on-line». Орієнтована на споживачів, та надає можливість on-line бронювання, on-line замовлень наведених в меню страв та багато інших функцій, що максимально спрощують процес реалізації продукції за допомогою Інтернету [4-6].

Отже, Інтернет-технології надають закладам ресторанного господарства таких переваг: залучити нових споживачів, розширити ринок збуту, знайти кращих постачальників сировини та товарів тощо (таблиця).

Переваги від застосування інноваційних технологій

Інновації	Майбутні зміни ресторанного бізнесу		
	Очікувані позитивні зміни	Галузеві обмеження і ризики	Можливі складності
Інформація внутрішніх сервісів	Підвищення гнучкості і оперативності в роботі зі споживачами, можливість індивідуалізації обслуговування без збільшення транзакційних витрат	Збільшення клієнтської бази (створення on-line, web-сервісів) призводить до супутнього зростання транзакційних витрат з обслуговування віддалених споживачів (проблема доставки)	Інновації, які впроваджуються можуть виявитися надлишковими витратами через випередження існуючої технологічної культури населення, культури споживання і дозвілля
Створення on-line, web-, RFID сервісів	Збільшення можливостей із залучення споживачів, розширення реклами	Недостатньо висока технологічна і споживча культура населення	Збільшення центрів витрат без супутнього зростання центрів прибутку, випереджає зростання витрат на обслуговування «віддаленої» клієнтської бази
Автоматизація системи розрахунків зі споживачами	Збільшення можливостей співпраці з провідними банками, спільні програми з підвищення лояльності споживачів (знижки, бонуси, спеціальні пропозиції і т.д.), формування постійної клієнтської бази	Ненасиченість попиту на послуги підприємств ресторанного господарства і дозвілля	
Автоматизація системи постачання сировиною та матеріалами	Підвищення якості, оперативності і гнучкості постачання, рішення проблеми псування сировини, можливості підтримки ексклюзивного меню		
Впровадження інтегрованих систем	Зміцнення і підвищення ефективності діяльності за рахунок інтеграції в суміжний бізнес (ресторан при готелі, фірмі тощо)		

Таким чином, розуміння механізму інноваційної діяльності й впровадження інновацій у підприємства ресторанного господарства в сучасних умовах дозволяє забезпечити ефективність діяльності, підвищити результативність функціонування закладу та конкурентоспроможність на ринку.

1. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе. – Ростов-на-Дону: "Феникс", 2010. – 244 с.
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Голос України. – 2002. – 9 серп. – С. 10.
3. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конференція «Актуальні проблеми сучасної науки» 22-24 жовтня 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://intkonf.org>>.
4. Пизца-лайф – Харків (о компанії) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.pizzalife.com.ua>>.
5. Ресторан і мафія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://mafia.ua/kharkov>>.
6. Ресторан Хануки в Харкові [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://kharkov.tanuki.rul>>.

Отримано 19.10.2012