

УДК 330

*Русова Д. Р., студентка**Науковий керівник: Герасимчук В. В., старший викладач**Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук, Україна*

УПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

На сьогоднішній день, як основу забезпечення сталого економічного зростання більшість країн світу розглядають розробку та подальше впровадження інноваційних технологій. Інноваційний розвиток – одна з найголовніших складових успішної діяльності та сукупного розвитку підприємства. Саме інноваційний чинник є фундаментальним для підвищення конкурентоспроможності організацій товарних ринків, тому саме йому приділяють особливу увагу науковці-економісти розвинутих країн. У той час, в Україні не приділяється належна увага цьому чиннику, і тому важливим є дослідження перспектив та можливостей розширити залучення інновацій для забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Вагомий внесок у дослідження автоматизації закладів ресторанного господарства зробили учені Е. Н. Артемова, О. Ю. Завадинська, Є. О. Нагапетова, О. Л. Супрученко, Е. Н. Шишкіна та інші. Дослідження питань підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства за рахунок упровадження інноваційної діяльності здійснене в працях таких провідних науковців, як: С. М. Абдулліна, Г. Л. Азоев, К. І. Азізов, С. І. Андреев, М. П. Афанасьєв, А. І. Банников, Ш. М. Валітов.

В час інноваційних технологій неможливо представити будь-яку сферу життя, яка не наповнена автоматизованими системами та комп'ютерами. Так й діяльність підприємств ресторанного господарства з кожним днем все більше наповнюється автоматизацією. Зокрема, як засіб удосконалення системи замовлень можна виокремити електронне меню.

Система eMenu (електронне меню) – це система інтерактивного мультимедійного замовлення за допомогою портативних пристроїв, які найчастіше є безпроводними, що дозволяє клієнту легко і швидко ознайомитися з усім різноманіттям пропонованих страв, в будь-який момент без допомоги офіціанта зробити замовлення або попросити рахунок. Електронне меню може бути представлено у декількох варіантах (рис.1) [1].

Електронне меню є аналогом паперового, що дозволяє власнику закладу в будь-який момент легко додати або виключити з асортименту необхідну страву або напій. При цьому більше не потрібно витрачати час і гроші на дорогі послуги дизайнерів і друкарень кожен раз, коли потрібно доповнити або видозмінити меню. Система надає унікальну можливість самостійно здійснювати налаштування системи, в тому числі дизайн і елементи

візуалізації. При цьому для повного налаштування електронного меню достатньо базових знань звичайного користувача ПК.

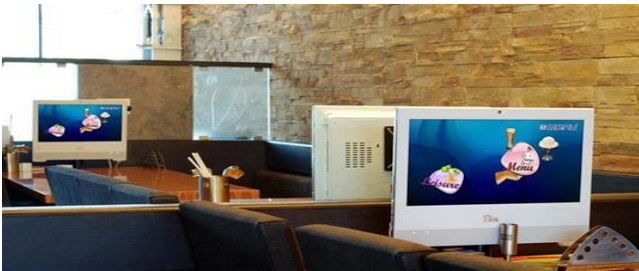
На базі антивандальних сенсорних моноблоків	На базі сенсорних планшетів, закріплених на столиках в спеціальних тримачах
	
На базі сенсорних планшетів	На базі eMenuTable (столу із вмонтованим сенсорним дисплеєм)
	

Рисунок 1 – Види електронного меню в закладах ресторанного господарства

Електронне меню включає вісім основних типів екранних сторінок, взаємозалежних між собою: головна сторінка, головна персональна сторінка, спеціальні розділи, категорії страв, список страв у категорії, конкретна страва, кошик замовлення страв, сторінка результатів пошуку (по назвах і по тегах), а також деякі функції, доступні із цих сторінок, такі як пошук страв за назвою (інгредієнту, тегу), виклик офіціанта й відображення реклами, для власників особистого профілю вихід у соціальні мережі [2].

Доцільність встановлення електронного меню у закладах ресторанного господарства можна відобразити у наступних перевагах: оперативне обслуговування великої кількості споживачів; обслуговування іноземних туристів, адже електронне меню можна перекласти на більш ніж 50 мов світу; новий рівень обслуговування, який зацікавить більшу кількість відвідувачів та забезпечить конкурентоспроможність закладу ресторанного господарства; нові можливості для отримання додаткової інформації про страви та напої.

В Україні електронним меню на сьогодні обладнано всього декілька закладів ресторанного господарства, з них «TransForseCafe» (м. Київ), «Yoshi» (м. Київ) та «Pastaproject&Umami» (м. Харків).

Електронне меню доступне в декількох варіантах виконання. Найбільшою популярністю серед рестораторів користується Apple iPad або iPad 2 з операційною системою iOS, іншим більш дешевим варіантом є планшетний

персональний комп'ютер Tablet PC на базі операційної системи GoogleAndroid [3].

Розглянемо переваги та недоліки застосування електронного меню у сфері ресторанного бізнесу (табл. 1).

Таблиця 1– Переваги та недоліки від використання електронного меню у закладах ресторанного господарства

Використання електронного меню у закладах ресторанного господарства	Переваги	Недоліки
	Зручний інтерфейс (перелік страв, їх фотографії, відео приготування, визначення калорійності страви, вибір мови).	Можливі збої у програмі (некоректне відображення страв, неправильне визначення кінцевої суми чеку, не отримання кухнею замовлення).
	Зміна страв у меню відбувається щонайменше 2 рази на рік (при зміні пори року), ще часто можуть змінюватися ціни (внаслідок росту цін на сировину) та для збільшення привабливості меню необхідно час від часу змінювати його дизайн, що потребує повного оновлення меню.	Зменшення взаємодії між клієнтом та офіціантом, що значно ускладнює отримання всієї необхідної інформації стосовно страви та пораду відносно того, яка страва краща. в електронному меню не можливо вносити зміни до складу страви
	Замовлення відбувається без обов'язкової присутності офіціанта та автоматичний підрахунок кінцевої суми чеку миттєво виводиться на дисплей.	Ціна встановлення системи та його обслуговування.
	Зменшення кількості обслуговуючого персоналу закладу.	

З табл. 1 видно, що переваги електронного меню переважають над недоліками. Це може стати ефективним засобом удосконалення системи замовлень, що, в свою чергу, скоротить витрати підприємства, збільшить прибуток та підвищить конкурентоспроможність закладів харчування.

Отже, в Україні ресторанний бізнес має підвищувати свою конкурентоспроможність і виходити на світовий ринок, тому потрібно сконцентрувати свою увагу на введенні нових форм обслуговування та технологіях. Сучасний вид інновації для закладів ресторанного господарства є електронного меню, що забезпечують якісне та швидке обслуговування, унікальність сервісу та відчуття комфорту при відвідуванні підприємства

Список літератури

1. Лисенко А. Ю., Голікова Т. П. Застосування сучасних інформаційних технологій – майбутнє ресторанного бізнесу. *Молодий вчений*. 2018. Вип. 1. С. 917–920.
2. Шишкіна К. М. Розробка електронного меню для ресторанів. *Молодий вчений*. 2014. Вип. 4. С. 24–28.

3. Артемова Е. Н. Электронное меню как новый способ обслуживания потребителей. URL: <http://library.gu-unpk.ru/konf/konf17.php> (дата звернення: 30.03.2020).

УДК 338.48

Рухля О. С., студентка

Загорянська О. Л., к.е.н., доцент

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні умови функціонування туристичних підприємств характеризуються високим ступенем невизначеності, сезонною нестабільністю попиту на туристичні послуги, високим рівнем конкуренції та відсутністю необхідної орієнтації на цільового клієнта. В зв'язку з цим виникає необхідність створення системи управління конкурентними перевагами та аналізу конкурентного становища підприємства.

Конкурентоспроможність туристської організації багатьма дослідниками розглядається як здатність туристської організації систематизувати і реалізувати в майбутньому сукупний потенціал, що надає можливість турфірмі займати стійке положення на ринку, реалізовувати основні цілі, ефективно взаємодіяти з партнерами і мати економічну перевагу над конкурентами [1].

Дослідження конкурентоспроможності підприємств неможливе без оцінювання їх діяльності на ринку.

Оцінювання конкурентоспроможності туристичного підприємства може відбуватися за наступними основними етапами:

1) вибір підприємств-конкурентів для порівняння. Виявлення реальних і потенційних конкурентів можна проводити, шляхом класифікації конкурентів за типами їх ринкових стратегій, які вони використовують, шляхом використання комплексу критеріїв в залежності від поставлених цілей аналізу (ближні конкуренти, конкуренти, що надають схожі послуги і т.д.);

2) збір необхідної інформації про конкурентів. Важливо отримати інформацію про їх поточне становище, фінансові можливості, цілі, стратегії, підприємницьку культуру тощо;

3) розробка системи оцінних показників, яка дозволить найбільш повно розглянути основні результати діяльності підприємств;

4) розрахунок одиничних показників конкурентоспроможності досліджуваного підприємства та конкурентів, таких показників як прибутковість, рентабельність, продуктивність праці, ліквідність і кредитоспроможність, а також якість продукції.

5) побудова порівняльних таблиць, визначення та оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства за методом аналізу