

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
в.о. завідувача кафедри
Давиденко І.В.

– /підпис/
“ ”

_2019 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра**

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
за магістерською програмою професійного спрямування
«Управління туристичним та готельним бізнесом»

на тему: **Напрями впровадження маркетингових інновацій на
підприємствах ресторанного господарства (на прикладі кафе «The Lodge»)**

Виконавець

студент факультету міжнародної економіки
Решетник Карина Сергіївна _

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Іванов Андрій Миколайович _

/підпис/

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	6
1.1. Наукові підходи до визначення поняття «інновації» та «інноваційна діяльність»	6
1.2. Економічна сутність та особливості інноваційної діяльності на підприємствах ресторанного господарства	15
1.3. Методи оцінки ефективності інноваційних впроваджень на підприємствах ресторанного бізнесу	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КАФЕ «THE LODGE»	33
2.1. Загальна характеристика кафе та його організаційної структури	33
2.2. Аналіз господарської діяльності кафе «The Lodge»	43
2.3. Оцінка стану інноваційних впроваджень на підприємстві та порівняльна характеристика з аналогічними підприємствами регіону	51
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ПРИ ВИКОРИСТАННІ ІННОВАЦІЙНИХ ВПРОВАДЖЕНЬ	59
3.1. Складові комплексу маркетингових інновацій на підприємствах ресторанного бізнесу на прикладі кафе «The Lodge»	59
3.2. Обґрунтування економічного ефекту від впровадження маркетингових інновацій в кафе «The Lodge»	69
ВИСНОВКИ	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81
ДОДАТКИ	86

ВСТУП

Актуальність роботи. На сучасному етапі розвитку суспільства, індустрія туризму є однією з галузей світового господарства, яка найбільш динамічно розвивається. Для цілого ряду країн і регіонів туризм служить джерелом значних валютних надходжень, сприяє створенню додаткових робочих місць, забезпечує зайнятість населення та розширення міжнародних контактів.

Не виключенням є і українська держава, яка з року в рік намагається створити найбільш сприятливі умови для розвитку туристичної галузі. В таких умовах особливого значення набуваються інноваційні технології, які використовуються в туристичній сфері, адже вони допомагають прискорити процес впровадження досягнень науки та техніки в практику роботи підприємств туристичної та готельно-ресторанної індустрії, що є надзвичайно важливим. Актуальність вказаного процесу викликана тим, що в ринковій економіці інновації представляють собою метод конкуренції, оскільки інновація веде до зниження собівартості, цін і зростання прибутку, до створення нових потреб, до притоку грошей, до підвищення іміджу виробника нових продуктів, до відкриття і захоплення нових ринків, у тому числі і зовнішніх.

Інноваційність є основною характеристикою сучасної економіки. У наш час науково-технічного прогресу інновації в ресторанному бізнесі відіграють чи не головну роль у висококонкурентній боротьбі об'єктів харчування за кожного клієнта. Застосування новітніх технологій в ресторанному бізнесі дозволяє підвищити ефективність свого підприємства, знаходити нові резерви підвищення якості обслуговування, харчування, надання нових послуг.

Актуальність нашого дослідження полягає в тому, що специфіка ресторанного бізнесу як галузі сфери послуг передбачає не тільки поліпшення якості життя людей, але і впровадження інноваційних технологій господарювання в галузі ресторанного бізнесу.

Мета магістерської роботи полягає у розробці напрямів впровадження маркетингових інновацій на підприємствах ресторанного бізнесу, а також їх

економічному обґрунтуванню. Дослідження цього питання було проведено на прикладі кафе «The Lodge».

Для досягнення поставленої мети необхідне вирішення наступних **завдань**:

- визначити економічну сутність та особливості інноваційної діяльності на підприємствах ресторанного господарства;
- охарактеризувати методи оцінки ефективності інноваційних впроваджень на підприємствах ресторанного бізнесу;
- надати характеристику кафе «The Lodge» та послуг, що надаються;
- дослідити господарську діяльність кафе «The Lodge»;
- провести оцінку рівня використання інноваційних технологій на підприємстві;
- визначити напрями впровадження маркетингових інновацій на підприємствах ресторанного бізнесу;
- обґрунтувати економічну ефективність від впровадження інноваційних рішень спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому.

Об'єктом дослідження є процеси підвищення ефективності господарської діяльності кафе «The Lodge».

Предметом дослідження є теоретико-методичні та прикладні напрями підвищення ефективності господарської діяльності підприємства ресторанного бізнесу за рахунок впровадження маркетингових інновацій.

У першому розділі розглядаються науково-теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств ресторанного господарства.

У другому розділі аналізується фінансово-господарська діяльність кафе «The Lodge».

У третьому розділі надані пропозиції щодо підвищення ефективності господарської діяльності кафе «The Lodge» за рахунок впровадження маркетингових інновацій.

Основу дослідження становлять наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, які присвячені вивченню інноваційних процесів та визначення шляхів щодо підвищення ефективності господарської діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу за рахунок впровадження інновацій. Теоретико-методологічною базою дослідження є загальнонаукові та спеціальні методи пізнання. Для досягнення мети та виконання завдань були використані такі методи та підходи: системний підхід, методи аналізу, синтезу, індукції, дедукції, узагальнення, графічний.

Теоретичною і методологічною основою дослідження є праці українських і зарубіжних вчених, у яких висвітлюється управлінська, маркетингова, інноваційна, правова, економічна сторони функціонування підприємства ресторанного бізнесу, а саме наукові праці дослідників та фахівців (Гуцол А., Герасименка В.Г., Бедрадіної Г.К., Галасюк С.С., Давіденко І.В., Нездоймінова С.Г., Михайліченко Г. І., Шикіної О.В. та інших), дані первинної фінансово-господарської документації та звітів ФОП Яницький М.В., кафе «The Lodge» за 2016-2018 рр.

Публікації та апробація результатів дослідження.

Окремі результати дослідження були представлені у тезах «Маркетингова оцінка діяльності ресторану «Travelers Coffee» та «Інноваційна діяльність у закладах ресторанного господарства», які були опубліковані у збірнику матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, де наведено актуальність обраної теми, визначення мети даної роботи, поставлені завдання для досягнення мети, теоретичної частини, аналітичної та практичної частин, висновків, списку використаних джерел. Кваліфікаційна робота містить 90 сторінок, 28 таблиць, 9 рисунків, список використаних джерел з 52 найменувань.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження довело доцільність використання інноваційних маркетингових технологій на підприємствах ресторанного господарства, необхідність впровадження інновацій у сферу ресторанного бізнесу зумовлена передусім нетривалим життєвим циклом ринку ресторанних послуг та підвищенням рівня конкурентоспроможності підприємства.

1. У роботі було розглянуто науково-теоретичні основи інноваційної діяльності, визначено економічну сутність та особливості впровадження інноваційних маркетингових заходів на підприємствах ресторанного господарства; проаналізовані методи оцінки ефективності інноваційних впроваджень на підприємствах ресторанного бізнесу.

2. Наведено загальна характеристика кафе «The Lodge» та послуг, що надаються, досліджено господарську діяльність ресторанного підприємства.

3. Для спільного вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища ресторанного господарства кафе «The Lodge», а також для виявлення сильних і слабких сторін, загроз і можливостей було застосовано SWOT-аналіз, відповідно до виявлених проблем, визначено основні стратегічні напрямки розвитку кафе на найближчу перспективу:

а) розробка стратегії та шляхів підвищення конкурентоспроможності ресторанного підприємства;

б) використання фінансових ресурсів для розробки нових видів обслуговування та меню;

в) залучення постійних споживачів за допомогою інтернет-реклами;

г) використання передових інноваційних технологій.

4. Проведено оцінювання основних показників діяльності ресторанних підприємств за методикою «Таємний покупець». В якості головних конкурентів кафе «The Lodge» виділено такі ресторани підприємства, як кафе «Гоголь-Моголь» і кафе «Gastrobar». Практичне застосування методики «Таємний покупець» показує, що вона спроможна висвітлити об'єктивну картину роботи

працівників, побачити персонал очима споживачів, визначити слабкі та сильні сторони кожного підприємства, у тому числі такі важливі складові, як фізичне середовище, атмосфера взаємодії персоналу і клієнтури, компетентність працівників кафе, застосування маркетингових інновацій.

5. Для впровадження інноваційних маркетингових заходів розкрита сутність складових комплексу маркетингових інновацій на підприємствах ресторанного бізнесу на прикладі кафе «The Lodge». Власне, специфіка ресторанного бізнесу як галузі сфери послуг у контексті маркетингу розуміє під товаром поліпшення якості життя споживачів шляхом задоволення потреби в високоякісній, екологічній, здоровій, красиво і смачно приготовленій їжі та відмінному обслуговуванні; крім цього, правильно побудованих стосунках з клієнтами, оптимальній маркетинговій політиці та PR-стратегії, а також врахуванні необхідності комерціалізації інноваційних розробок (отримання патентів, реєстрація фірмових знаків тощо).

6. Запропоновані заходи інноваційної маркетингової стратегії для ресторанного підприємства кафе «The Lodge» та обґрунтовано економічний ефект. Рекомендовано впровадження «Social Media Marketing» за допомогою заключення договору з компанією «Wake Up Ideas Agency», яка вже продовж 5 років працює на ринку саме для підприємств гостинності та має дуже позитивні відгуки від задоволених клієнтів; E-mail маркетинг, для цього ми пропонуємо скористатися програмними продуктами компанії «UNISERDER» та встановлення інтерактивного обслуговування клієнтів з Microinvest Cyber Cafe – це продукт нового покоління, орієнтований на заклади громадського харчування, бари та ресторани, які бажають пропонувати інноваційне, швидке, інтерактивне і, головне, виключно цікаве обслуговування своїм клієнтам.

При використанні запропонованих заходів можливо збільшення завантаженості столів помісячно, що в свою чергу знижує відчутність сезонності при роботі кафе. Наприклад, рівень завантаженості у лютому 2018 року складав 55%, а в рік впровадження запропонованої нами інноваційної стратегії (2020 році) може бути досягнуто завантаження на рівні 72,7 %.

Аналогічна ситуація відбувається з листопадом місяцем, який теж відзначався невеликою завантаженістю в порівнянні з літніми місяцями. Завантаженість столів у закладі в середньому на рік може збільшитися на 15,2 %. Обсяг доходів може збільшитися на 1529,2 тис. грн. на рік. Інтегральний ефект від впровадження запропонованих інноваційних маркетингових рішень складатиме 1308, 2тис. грн. на рік, індекс прибутковості буде дорівнювати – 1.40, що свідчить про прибутковість запропонованих інноваційних рішень. Вважаємо, що це дасть можливість закладам ресторанного господарства ефективно реалізовувати послуги та бути конкурентоздатними у жорстких ринкових умовах господарювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Кузнєцова А. Фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності / А. Кузнєцова. – Львів : НАН України, Ін-т екон. прогнозування, Нац. банк України, Львів. банк. ін-т, 2005. – 319 с.
2. Кондратьев Н. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные сочинения / Н. Кондратьев. – М. : Экономика, 2002. – С. 147–154.
3. Інноваційний розвиток економіки : модель, система управління, державна політика / за ред. Л. Федулової. – К. : Основа, 2005. – 522 с.
4. Schumpeter J. The Economics and Sociology of Capitalism / J. Schumpeter. – N.J. : Princenton, 1991. – 413 p.
5. Економічна оцінка державних пріоритетів технологічного розвитку / за ред. Ю. Бажала. – К. : Ін-т економ. прогнозування, 2002. – 320 с.
6. Онишко С. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності : [навч. посібник] / С. Онишко, Т. Паєнтко, К. Швабій. – К. : КНТ, 2008. – 256 с.
7. Друкер П. Новые реальности в правительстве и политике, в экономике и бизнесе, в обществе и мировоззрении / П. Друкер ; пер. Л. Нахапетян. – М.: СП «Бук Чембер Интернэшнл» : Остожье, 1994. – 377 с.
8. Марченко О. І. Огляд підходів до визначення поняття "інновація" / О. І. Марченко, Я. П. Саєнко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2016. - Вип. 10(2). - С. 17-21. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_10\(2\)___5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_10(2)___5)
9. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 р. № 40-IV (із змінами та доповненнями від 25 березня 2005 р. № 2505-IV) // Сайт Державного агентства України з інвестицій та інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.in.gov.ua.
10. Краснокутська Н. Інноваційний менеджмент : [навч. посібник] / Н. Краснокутська. – К. : КНЕУ, 2003. – 504 с.

11. Микитюк П.П., Крисько Ж.Л., Овсянюк- Бердадіна О.Ф., Скочиляс С.М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник / За ред. П.П. Микитюка. — Тернопіль: ПП "Принтер Інформ", 2015. — 224 с.
12. Полегенька М. А. Етимологія терміну "інновації" як економічної категорії / М. А. Полегенька // Агросвіт. - 2016. - № 21. - С. 57-61. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2016_21_11
13. Мухамедьяров А.М. Инновационный менеджмент : учебн. пособ. – М. : Изд-во ИНФРА-М, 2004. – 268 с.
14. Онишко О.С. Економічна сутність інноваційної діяльності торговельних підприємств // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2007. – Вип. 17.5. – С. 167-171.
15. В.В. Іжевський. Економічна суть інновації та інноваційної діяльності підприємств // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.3. – С. 121-127
16. П'ятницька Г.Т. Інноваційні ресторанні технології: основи теорії: навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 250 с.
17. Кирніс Н. І. Інновації у сфері підприємств ресторанного господарства, які надають кейтерингові послуги // Економіко-правова парадигма розвитку сучасного суспільства. – 2017. – №1. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://studlib.org.ua/index.php/eprs/article/view/105>
18. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні : матеріали XI Міжнародного бізнесфоруму (Київ, 22 березня 2018 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 200 с. – Укр., рос. та англ. Мовами
19. Сайт кафе «The Lodge». Режим доступу: <https://www.facebook.com/thelodgeodessa/>
20. ГОСТ 30523-97. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Общие требования. - К.: Госстандарт Украины, 1998.

21. Герасименко В. Г. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна, С. С. Галасюк та інші / за заг. ред. В. Г. Герасименко. - Одеса : ОНЕУ, 2016. — 262 с.
22. Бедрадіна Г. К. Експерес-аналіз якості готельного господарства крупного міста. *Управление развитием предпринимательства в современных условиях*: матеріали I Междунар. науч.- прак. конф. Симферополь : ДИАЙПИ, 2010. С.182-184.
23. Архіпов, В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. / В.В. Архіпов. – 2-ге вид. – К. : ЦУЛ, 2010. – 280 с.
24. Ткачова, С. С. Особливості конкуренції в ресторанному бізнесі / С.С. Ткачова // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу. – 2011. – № 15. – С. 252–258.
25. Грек, Д. В. Методика економічного обґрунтування заходів щодо вдосконалення системи управління трудовим капіталом ресторанного господарства / Д. В. Грек // Економічний часопис- XXI. – 2012. – № 5–6. – С. 60–63.
26. Статистична звітність підприємства ресторанного господарства “The Lodge”.
27. Найдюк В.С.Інновації в системі управління підприємствами ресторанного господарства / В. С. Найдюк // Сталий розвиток економіки. – 2012. – № 2. – С. 228-233.
28. 5 інноваційних трендів та їх вплив на ресторанний ринок [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://restoranoff.ru/solutions/marketing/5-innovatsionnykh-trendov-i-vliyanie-ikh-na-restorannyy-rynok>.
29. Сайт кафе «Гоголь-Моголь». Режим доступу: <https://www.facebook.com/GogolMogol.Odesa>
30. Сайт кафе «Gastrobar». Режим доступу: <http://www.gastrobar.odessa.ua/>
31. Бедрадіна Г. К. Методика оцінки якості туроператорської діяльності. *Розвиток туризму в період економічної кризи* : матеріали XII Міжнар.

- наук.-практич. конф., 13-14 квітня 2010 р. Донецьк : Донецьк. ін-т турист. бізнесу, 2010. С. 147- 148.
32. Бедрадіна Г. К. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві. *Економіка Крима*. 2010. № 1 (30). С. 178-183.
33. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: монографія. / Л.М. Шульгіна – К.: Нац.торг.-екон.ун-т, 2005. – 579 с.
34. Решетник К. С. Маркетингова оцінка діяльності ресторану « Travelers Coffee» / К. С. Решетник // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.). – Одеса: ОНЕУ, 2019. – С. 699-702.
35. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: Підручник. — К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
36. <http://uk.wikipedia.org/wiki/Меню>
37. <http://smallbusiness.chron.com/product-strategies-restaurants-37640.html>
38. П'ятницька, Г. Т. Інноваційні ресторани технології:основи теорії : навч. посіб. для вищ. навч.закл. / Г. Т. П'ятницька, Н. О. П'ятницька. – К. : Кондор-Видавництво, 2013. – 250 с.
39. Архіпов В. В., Русавська В. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства. Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 342 с.
40. <http://www.restaurantowner.com/public/301.cfm>
41. Антонова, В. А. Ресторанный бизнес: механизм и эффективность управления стратегическим развитием: монография / В. А. Антонова / Донец. нац. ун-т економіки и торгівлі им. М. Туган-Барановського. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – 227 с.
42. Галасюк К. А. Інновації як інструмент подолання кризових явищ на підприємствах готельного господарства / К. А. Галасюк // Науковий вісник. Одеський національний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Одеса, 2013. — №2 (181). — С.13-21.
43. Сокирник, І. В. Інноваційний маркетинг у формуванні бренду підприємств ресторанного бізнесу на регіональному ринку /І. В. Сокирник // Вісник

Хмельницького національного університету. – 2014. – № 5, Т 2. – С. 105–109.

44. Іванов А. М. Оптимізація інвестування в розвиток конкурентоспроможності туризму в держаній політиці розвитку туризму / А.М. Іванов // Экономика пищевой промышленности. – 2014. – №4 (24). – С. 67-74.
45. Дурович, А. П. Маркетинг гостиниц и ресторанов: учеб. пособ. / А.П. Дурович. – М. : Но- вое знание, 2005. – 632 с.
46. Іванов А.М. Інноваційна діяльність як складова конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства / А.М. Іванов // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Європейська інтеграція: історичний та економічні перспективи». – Одеса: ОНУ ім. І. Мечнікова, 2018. – С. 44-46.
47. Герасименко В.Г. Інноваційний потенціал підприємств туризму та готельного господарства: монографія / В.Г. Герасименко, К.А. Галасюк. – Одеса: ОНЕУ, 2017. – 278 с.
48. Сайт компанії «Wake Up Ideas Agency». Режим доступу: <https://wakeupideas.com/>
49. Сайт компанії «UNISERDER». Режим доступу: www.uniserder.com
50. Сайт компанії «Microinvest». Режим доступу: <http://www.microinvest.su>.
51. Решетник К. С. Інноваційна діяльність у закладах ресторанного господарства / К. С. Решетник // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.). – Одеса: ОНЕУ, 2019. – С. 857-861.
52. Гросул В. А. Методичний інструментарій оцінювання рівня інноваційної активності підприємств ресторанного господарства / В. А. Гросул, С. О. Зубков, Т. П. Іванова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2018. – № 1. – С. 284-294.