

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра**

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

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

Виконавець

студентка факультету міжнародної економіки
Решетник Каріна Сергіївна

_____ /підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Іванов Андрій Миколайович

_____ /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

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 дослідження 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».

Завдання дослідження:

- 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.

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. **Методи дослідження:** системний підхід, методи аналізу, синтезу, індукції, дедукції, узагальнення, графічний.

Інформаційна база дослідження 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.

Структура та обсяг 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.

Публікації 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.).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Науково-теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств ресторанного господарства**» розглядаються науково-теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств ресторанного господарства, а саме наукові підходи до визначення поняття «інновації» та «інноваційна діяльність.», визначення сутності інновації як економічної категорії у межах етапів теорії інноваційного розвитку. Приділена увага економічній сутності та особливостям інноваційної діяльності на підприємствах ресторанного господарства. Під напрямками інноваційної діяльності розуміються інноваційні проекти, спрямовані як на розроблення, так і на освоєння нових продуктів і технологій. При цьому доцільно

здійснювати порівняльний аналіз прибутковості кожного з напрямів інноваційної діяльності, тобто потрібно визначити вірогідний приріст прибутку по кожному напрямку інноваційної діяльності і вибрати ті, які забезпечать найбільші показники. У цьому контексті представлені методи оцінки ефективності інноваційних впроваджень на підприємствах ресторанного бізнесу. Ефективність діяльності підприємства виражається через економічні й фінансові показники. В умовах ринкової економіки не може бути уніфікованої системи показників. Кожний інвестор самостійно визначає цю систему, виходячи з особливостей інноваційного проекту, професіоналізму фахівців і менеджерів та інших факторів.

У другому розділі *«Аналіз фінансово-господарської діяльності кафе «The Lodge»* представлено загальна характеристика кафе та його організаційної структури, зроблено аналіз господарської діяльності кафе «The Lodge». Для спільного вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища ресторанного господарства кафе «The Lodge», а також для виявлення сильних і слабких сторін, загроз і можливостей застосовувався SWOT-аналіз. Це дає можливість визначити головні конкурентні переваги кафе і його недоліки, які в подальшому можуть бути враховані для формування заходів щодо поліпшення діяльності закладу в цілому. Надана оцінка стану інноваційних впроваджень на підприємстві та порівняльна характеристика з аналогічними підприємствами регіону за методикою «Таємний покупець».

У третьому розділі *«Підвищення ефективності господарської діяльності підприємства ресторанного бізнесу при використанні інноваційних впроваджень»* запропоновані етапи впровадження маркетингових інновацій на підприємствах ресторанного бізнесу на прикладі кафе «The Lodge» та надано обґрунтування економічного ефекту від заходів які представлені у складі інноваційної маркетингової стратегії, а саме: SMM (Social Media Marketing) – маркетинг у соціальних мережах, E-mail маркетинг – налагодження системи побудови довіри між клієнтом та закладом від моменту отримання адреси його електронної пошти до «продажу» – відвідування клієнтом закладу вперше і в подальшому, встановлення інтерактивного обслуговування клієнтів з Microinvest Cyber Cafe. 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.

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 рестораних 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.

АНОТАЦІЯ

Решетник К. С., Напрями впровадження маркетингових інновацій на підприємствах ресторанного господарства (на прикладі кафе «The Lodge»)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «241 Готельно-ресторанна справа» за магістерською програмою «Управління готельним та ресторанним бізнесом». - Одеський національний економічний університет. - Одеса, 2019.

В роботі розглянуто науково-теоретичні аспекти інноваційної діяльності, методи оцінки ефективності інноваційних впроваджень підприємствами ресторанного господарства,. Досліджено загальну характеристику кафе та його організаційну структуру. Зроблено аналіз фінансово-господарської діяльності кафе «The Lodge» та зроблено порівняння рівня використання інноваційних технологій з підприємствами-конкурентами, використовуючи метод « Таємний покупець». Для впровадження інноваційних маркетингових заходів розкрита сутність складових комплексу маркетингових інновацій на підприємствах ресторанного бізнесу на прикладі кафе «The Lodge».

Запропоновані заходи інноваційної маркетингової стратегії для ресторанного підприємства та обґрунтовано економічний ефект.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, методи оцінки, інноваційні технології, маркетингові заходи, економічний ефект.

ANNOTATION

Reshetnik K. S., Directions of introduction of marketing innovations at the enterprises of restaurant economy (on the example of cafe " the Lodge»)

Qualifying work for an educational master's degree in the specialty "241 Hotel and restaurant business" on the master's program "management of hotel and restaurant business". - Odessa national economic University. - Odessa, 2019.

The paper considers the scientific and theoretical aspects of innovation, methods of assessing the effectiveness of innovative implementations by enterprises of the restaurant industry,. The General characteristic of the cafe and its organizational structure are investigated. The analysis of financial and economic activity of the cafe "the Lodge" and made a comparison of the level of use of innovative technologies with competitors, using the method of "Mystery shopper". For the introduction of innovative marketing activities the essence of components of marketing of innovations at the enterprises of restaurant business in cafe "The Lodge".

The proposed measures of innovative marketing strategy of the restaurant enterprise and justified the economic effect.

Keywords: innovations, innovative activity, evaluation methods, innovative technologies, marketing activities, economic effect.