

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

Кафедра менеджменту організацій

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
д.е.н., проф. Кузнецова І.О.

_____ (підпис)
“ ____ ” _____ 2020 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 «Менеджмент»
за магістерською програмою професійного спрямування
«Менеджмент організацій»**

на тему: **«Інноваційні технології управління рестораним бізнесом»**
(назва теми)

Виконавець:
студентка факультету менеджменту, обліку
та інформаційних технологій

Кім А.О.
(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н., проф. Кузнецова І.О.
(науковий ступінь, вчене звання)
(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗМІСТ

Вступ	с. 3
Розділ 1 Теоретичні основи управління підприємством	с. 6
1.1 Технологія управління в системі суб'єкта бізнесу	с. 6
1.2 Основи інноваційного управління	с. 11
1.3 Моделі інноваційного управління підприємством ресторанного бізнесу	с. 14
Розділ 2 Аналіз технологій управління ресторанним бізнесом	с. 22
2.1 Характеристика ресторанного холдингу Synergy Group	с. 22
2.2 Тенденції розвитку галузі ресторанного бізнесу	с. 26
2.3 Фактори впливу пандемії на ресторанний бізнес	с. 36
Розділ 3 Формування сучасних технологій управління ресторанним бізнесом	с. 41
3.1 Аналіз інноваційних можливостей розвитку ресторанного бізнесу.	с. 41
3.2 Обґрунтування інноваційного напрямку розвитку сервісу доставки	с. 44
3.3 Обґрунтування доцільності інноваційної технології безконтактних розрахунків за QR-кодом	с. 51
Висновки	с. 60
Література	с. 62
Додаток	С. 67

ВСТУП

Актуальність теми. Ресторанний бізнес є важливою сферою національного господарства держави. Він показує найбільші темпи зростання та є привабливим сегментом для підприємців. На ринку ресторанних послуг існує інтенсивна конкуренція, споживач став більш досвідченим, що поставило перед менеджментом цієї сфери послуг цілий ряд нових завдань. Існування в умовах світової пандемії багато в чому ускладнило діяльність підприємців цього сектору. За таких жорстких умов інноваційна складова стає важливою для виживання і розвитку ресторанного бізнесу. Інноваційний фактор на сьогодні є домінуючим при формуванні траєкторії розвитку підприємницької діяльності ресторанної сфери та визначає можливість втриматися в складних умовах. У цьому зв'язку виникає необхідність формування інноваційних технологій управління ресторанним бізнесом, що забезпечить підвищення його конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємства цього бізнесу, що і визначає актуальність обраної теми кваліфікаційної роботи.

Мета роботи полягає у формуванні інноваційних технологій ресторанного бізнесу для його адаптивності до нових умов господарювання в період пандемії.

Відповідно до мети в роботі поставлені та вирішені такі **завдання:**

1. визначити компоненти інноваційних рішень в ресторанному бізнесі;
2. проаналізувати тенденції розвитку ресторанного бізнесу;
3. визначити основні фактори, які впливають на розвиток ресторанного бізнесу під час пандемії;
4. проаналізувати інноваційні можливості розвитку ресторанного бізнесу;
5. обґрунтувати інноваційний напрям розвитку сервісу доставки ресторану;
6. обґрунтувати доцільність інноваційної технології безконтактних розрахунків за QR-кодом.

Предметом дослідження є процес формування інноваційних технологій ресторанного бізнесу та оцінювання їх доцільності.

Об'єкт дослідження роботи – ресторанний холдинг Synergy Group.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої в роботі мети були використані сучасні загальнонаукові та спеціальні методи: логіко-теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу для узагальнення сутності інновацій та обрання найбільш прийнятних для ресторанного бізнесу; метод стратегічного аналізу А. Томпсона й А. Стрікланда для визначення основних тенденцій ресторанного бізнесу; експертного оцінювання та попарних порівнянь, релевантних витрат та оцінювання значущості ризик-факторів, метод оцінювання конкурентоспроможності на підставі нечіткої логіки.

Наукова новизна полягає:

отримало подальшого розвитку формалізація вибору виду сервісу доставки рестораном, яку відрізняє комплексне використання методів релевантних витрат та оцінювання значущості ризик-факторів, що надає можливість прийняти обґрунтоване рішення серед існуючих альтернатив.

Практичне значення роботи полягає в тому, що запропоновані інноваційні технології нададуть змогу адаптуватися підприємствам ресторанного бізнесу до умов роботи в пандемію.

Публікації. Основні результати роботи опубліковані:

Кім А. А. Технологія управління результативністю підприємства // І.О. Кузнецова, А.А. Кім – Актуальні проблеми менеджменту: матеріали студентської конференції, листопад 2020 р. – Харків, ТОВ ПромАрт, 2020. – С.38-40

Висновки:

1. за результатами критичного аналізу наукової літератури визначено, ресторанна послуга є комплексною, її якість залежить від багатьох складових (кухня, обслуговування, атмосфера, концепція, бізнес-модель, технології, місце розташування), та інноваційні рішення пов'язані з удосконаленням будь-якої з перерахованих компонентів, оскільки в кінцевому рахунку, вони можуть підвищити лояльність споживачів і принести успіх бізнесу. Ухвалення ефективних управлінських рішень в ресторанному бізнесі залежить від того, наскільки швидко, ефективно і якісно прийнято рішення про необхідність зміни існуючих компонент обслуговування клієнтів.

2. З використанням методики А. Томпсона й А. Стрікланда проведено аналіз тенденції розвитку ресторанного бізнесу та встановлено, що:

- ринок ресторанних послуг та громадського харчування до пандемії був одним з найбільш динамічних. Проте у 2020 року з початком пандемії, введення карантину і «зонування» України, обсяг послуг скоротився у два рази, виручка в багатьох закладах зменшилася більше ніж на 50 відсотків;
- до пандемії кількість підприємств громадського харчування перевищила показники попереднього кризового 2013 року. Після пом'якшення карантину не відкрилося приблизно 15% ресторанів.
- висока націнка на страви ресторану не гарантує отримання високого прибутку. Найбільш прибутковими ресторанными блюдами є: кальян, піца, м'ясні страви.
- рівень вхідних бар'єрів можна оцінити як помірний, тому цей бізнес є привабливим.

3. За результатами аналізу ресторанного бізнесу встановлено, що основними факторами, які впливають на його розвиток під час пандемії є:

- більш жорсткі санітарні вимоги;

- необхідність вирішувати проблему збереження персоналу;
- необхідність вирішувати проблему професійних навичок персоналу та швидкість праці;
- необхідність скорочувати витрати

4. Визначено технології, що впливають на успішну діяльність ресторанного бізнесу. З використанням експертного опитування менеджерів ресторанів холдингу Synergy Group та методу попарних порівнянь встановлено, що найбільшу вагу зараз мають технології, пов'язані з роботою в умовах пандемії: служби доставки; безконтактність розрахунків з використанням QR-коду; електронне меню на сайті та в соціальних мережах.

5. Проведено порівняння впровадження власного сервісу доставки та використання послуг агрегаторів. Порівняння проведено з використанням методу релевантних витрат та методики оцінювання значущості ризик-факторів. Доведено, що відкриття сервісу власної доставки є доцільним.

6. Обґрунтовано доцільність технології безконтактного розрахунку за QR-кодом на підставі оцінки її конкурентоспроможності. З цією метою використано апарат нечіткої логіки та проведено оцінювання за трьома характеристиками: конкурентні переваги ресторану, цінність інноваційної технології для споживачів та можливості підприємства її застосувати. Визначено, що впровадження технології розрахунку за QR-кодом не є затратним, буде сприяти правилам, що запроваджені під час користування ресторанами в пандемію, та має перспективи на майбутнє, оскільки сучасні споживачі все більше переходять на використання смартфонів у всіх сферах буденного життя.

Література

1. Анфилатов В.С. Системный анализ в управлении: Учебн. пособие / В.С.Анфилатов, А.А.Емельянов, А.А.Кукушкин, под ред. А.А Емельянова. – М.: Финансы и статистика, 2003 – 368 с.
2. Большой экономический словарь: [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.encyclopedia.ru>
3. Богатирьев А.М. Планування діяльності підприємств харчової промисловості в умовах ринку: (Монографія) / А.М.Богатирьев, А.І.Бутенко, І.О. Кузнецова – Одеса: : Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2003 – 274 с.
4. Богатирьев А.М. Процесс інноваційного розвитку оператора мобільного зв'язку / А.М. Богатирьев, І.О. Кузнецова // Бізнес Інформ, ХНЕУ – 2011 – № 11 – С.123-124
5. Балабаш О.С. Формалізація процедури оцінювання фінансової стійкості, як стадії процесу стратегічного управління підприємством / О.С. Балабаш, І.О. Кузнецова // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2017. – № 6 (228). – С. 83-97
6. Василенко А.В. Менеджмент устойчивого развития: (Монография) / А.В. Василенко. – Киев: Центр учебной литературы, 2005. – 648 с.
7. Голубков Е.П. Какое принять решение? Практикум хозяйственника / Е.П. Голубков. – М.: Экономика, 2008. – 329с.
8. Грант Р.М. Современный стратегический анализ: (Серия „Классика МВА“) /Р.М. Грант. Пер. с англ. Под ред. В.Н. Фунтова. – СПб.: Питер, 2008. – 560с.
9. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Д.Нортон, Р.Каплан // — Олимп-Бизнес. - 2010. - 314 с.

10. Кохлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы Маркетинга: Пер. с англ.: - 2-е европ. изд. М; СПб; К.: Издат. Дом «Вильяме», 2004, с. 103
11. Кузнецова І.О. Визначення сутності дефініції технологія управління / І.О. Кузнецова // Науковий журнал: Вісник КНТЕУ. – 2009. – №1. – С. 55-62
12. Діагностика в процесі стратегічного управління підприємством: місце та структура // Вісник соціально-економічних досліджень.,Одеса: ОНЕУ. – 2016. – Вип. 1(60). – С. 142-149
13. Кузнецова І.О. Інжинірингова парадигма як методологічне підґрунтя побудови процесу управління // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. - 2014. - № 2. - С.52-56
14. Кузнецова І.О. Інноваційні технології управління як складова формування конкурентних переваг підприємства // Управлінські інновації: зб. наук. праць Тернопільського національного економічного університету – Тернопіль, 2012. - № 2. – С. 151-165
15. Кузнецова І.О. Моніторинг як складова процесу управління підприємством хлібопродуктів: теорія та методологія (Монографія) / І.О. Кузнецова. – Одеса: ВПП „Друкарський дім“, 2009 – 228 с.
16. Кузнецова І.О. Науково-методичні аспекти процесу управління стратегічними ризиками: (Монографія) / І.О. Кузнецова, В.О. Кравченко, О.Ю. Малютенко – Одеса: Атлант, 2015. – 188 с.
17. Кузнецова І.О. Оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства / Кузнецова І.О., Артемова О.С.// Науковий вісник ОНЕУ. – Одеса, 2016. - № 10 (242) - с. 54-72
18. Кузнецова І.О. Парадигми процесного підходу в менеджменті: сутність та протиріччя / І.О. Кузнецова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький, 2011. – № 2, Т.2. – С.64-68

19. Кузнецова І.О. Технологія діагностування управлінських консалтингових проектів // Науковий вісник ОНЕУ. – Одеса, 2018. – № 1 (253) – С.97-108
20. Кузнецова І.О. Технологія управління як джерело ключової здібності підприємства // Вісник Прикарпатського університету. Економіка. - Івано-Франківськ, 2014. – Випуск 10. - С.177-187
21. Кузнецова І.О. Управління бізнес-стійкістю підприємств на ринку хлібопродуктів: (Монографія) / І.О. Кузнецова, О.С. Балабаш // Харків: Діса плюс, 2020. – 192 с.
22. Кузнецова І.О. Формалізація моніторингу як стадії процесу стратегічного управління // Восточно-Европейский журнал передовых технологий - №1 /10 (61) – 2013. - с. 167-170
23. Кузнецова І.О. Формування раціональної технології процесу управління на засадах інжинірингової парадигми // Управління розвитком. Зб. наук. праць, Харків. Вид. ХНЕУ, № 18, 2010 – С.31-35
24. Литягин А. А. и др. Реальное целевое управление. Практика реального внедрения и использования GOAL-технологии А. Литягина. — Альпина Паблишерз, 2010, с . 256
25. Мосейко В.О. Управление по изменениям. Концепция внутрифирменного управления в структурах среднего и малого бизнеса: (Монография) / В.О. Мосейко – Волгоград: Издательство Волгоградского государственного университета, 2001.– 464 с.
26. Минцберг Г. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегического менеджмента / Г. Мицберг; Б. Альстранд; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 367 с.
27. Малахова Ю.В. Инновационные проекты в индустрии ресторанных услуг / Ю.В. Малахова, Р.В. Крылова // Научные ведомости. – 2014. - № 21. – С. 91-96

28. Офіційний сайт Державної служби статистики: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
29. Портер М. Конкуренція / М. Портер // Пер. с англ. О.Л. Пелявского – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
30. Рынок питания вне дома в Украине // [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://inventure.com.ua/analytics>
31. Ресторанный бизнес: рынок в эпоху COVID // [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <HTTP://BIZRATING.COM.UA>
32. Романова Н.В. Электронные и технологические инновации в ресторанном бизнесе / Н.В. Романова, И.Г. Алавидзе // Экономика и предпринимательство. – 2017. - № 2. – С. 658-667
33. Софронова О. Б. Некоторые аспекты применения понятия «технология управления в российской теории и практике менеджмента // Современные аспекты экономики. - 2002. - № 10 (23). - с. 66-73.
34. Ткачук В. В. Проблеми технології процесу управління в сучасних умовах господарювання / В. В. Ткачук // Зб. наук. пр. ПДАТУ. - Кам'янець - Подільський, 2007. - Вип. 15. - С.255-257.
35. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
36. Технологія управління як базова складова формування конкурентних переваг підприємства: Монографія. / За заг. ред. І.О. Кузнецової – Одеса: Атлант, 2012. – 209 с.
37. Шумпетер Й. Теория экономического развития – Эксмо. – 2007. - 357 с.
38. Шульгіна Л.М. Формування маркетингової цінової політики підприємств сервісу: монографія / І.О. Кузнецова, Л.М. Шульгіна, Т.О. Сулова // Одеськ.нац.екон.ун-т, Нац. техн. ун-т України «КПІ», Київ.нац.торг.-екон.ун-т – Одеса – Київ : Астон, 2016. – 267 с.

39. Osman-Gani A. A. M. International Transfer of Management Technology Within a MNE: A Cross-national Study of Managers' Perceptions, unpublished doctoral dissertation. - Ohio, Columbus: The Ohio State University, 1991. – 470 p.
40. Ulrich R., Weiland G. Organizational design and theory. - Homewood, IL: Irwin, 1980.- p. 87.
41. Kuznetsova I. Fomatization of management technology as a constituent of the core organization capabilities / Inna Kuznetsova // Современное состояние научных исследований и технологий в промышленности. Научный журнал – 2017. - № 2. – С. 116-123
42. Kuznetsova, I., Baldzhy, M., Vidomenko, I., Karpenko, J., Balabash, Theoretical bases of monitoring in the process of management of sustainable development of the enterprise (2019) Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019: Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020, pp. 7674-7684.
43. Kuznetsova I., Karpenko Yu., Vidomenko I. Technology of operational management in the activities of port elevators / Kuznetsova I., Karpenko Yu., Vidomenko I. // Independent Journal of Management & Production. – 2020. – Vol 11, No 8. – P. 762-782.