

А.П. Косенко, д-р экон. наук, проф. (НТУ «ХПИ», Харьков)

П.Г. Перерва, д-р экон. наук, проф. (НТУ «ХПИ», Харьков)

М.М. Ткачев, канд. экон. наук, доц. (НТУ «ХПИ», Харьков)

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РЕСТОРАННОМ, ГОСТИНИЧНОМ И ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ

Изучение инновационных процессов, причин появления новшеств, разработка методов их внедрения представляет значительный практический и научный интерес. Особенно важна роль государства в развитии инноваций в сфере туризма, а разработка и реализация механизмов государственной поддержки данных направлений актуальна. Экономический кризис и проблемы с обеспечением положительной динамики отечественной экономики заставил исследователей обратить внимание на источники развития, в первую очередь, на потенциал инноваций. «Инновационная экономика», противопоставляемая «сырьевой», выносится на повестку дня, становится одним из самых популярных персонажей в речах политиков и чиновников.

Исследования показывают, что сфера туризма сегодня одна из наиболее перспективных и прибыльных. В мире на его долю приходится около 10% мирового валового дохода, 8% общего объема мирового экспорта и 30–35% мировой торговли услугами. Инновационные действия туристических компаний позволяют существенно повысить их конкурентный статус и достичь конкурентных преимуществ.

Анализ существующих гостиничных технологий выявил наличие технологических разрывов (ручные и автоматизированные технологические процессы), потребность в технологических сдвигах в направлении комплексной автоматизации и необходимость внедрения технологических инноваций через разработку технологического стандарта для различных средств размещения. Трансферт технологий определяется наличием материальной, правовой и человеческой составляющей. Наибольшее влияние на внедрение технологий оказывает человеческий фактор: психология восприятия и уровень квалификации персонала. Правовая составляющая определяет возможность создания социальных и технологических нормативов внедрения современных гостиничных технологий. Материальная составляющая определяется техническим оснащением, типологией и уровнем комфорта средств размещения [1].

Проанализировав высокотехнологичные инновации в автоматизации гостиниц, на основе проведенного Н.Ю. Черноусовой исследования, можно выделить несколько основных, являющихся последним словом техники и способствующих конкурентной борьбе [1].

1. Interactive TV Systems (системы интерактивного телевидения) – сегодня существует огромное разнообразие моделей на любой, даже самый непритворный вкус, например, компания Hoist Technology предлагает 3 вида интерактивных систем: easy TV специально создана для недорогих отелей, которые не могут себе позволить полностью заменить телевизионный парк на системные гостиничные телевизоры, чего эта система и не требует; классическая интерактивная система со стандартным набором интерактивных функций; IPTV – новейшая система на базе цифровых технологий, которые с каждым днем все больше и больше вторгаются в нашу жизнь.

К системе в большинстве случаев прилагается контент, который не может не радовать гостя: фильмы, спутниковые каналы, и музыка. Помимо контента системы состоят из услуг, которые не только помогают гостю быть осведомленным о предложениях отеля, но и персоналу отеля знать о предпочтениях гостя, например, какие фильмы гость заказывал, какую еду и напитки он предпочитает, заказывая их через услугу room service.

2. WiFi (Скоростной беспроводной доступ в Интернет). Сейчас он должен быть в каждой комнате отеля. Для многих гостей, и в первую очередь, для бизнесменов, беспроводной Интернет с возможностью подключения к собственному ноутбуку сегодня является неотъемлемой услугой в отеле. Самая сложная задача – всегда предоставлять гостям такой же качественный, быстрый и надежный доступ в Интернет, каким они пользуются дома. Поэтому поставщики гостиничных систем беспроводного доступа в Интернет дают отелям возможность самим контролировать параметры предоставления доступа – скорость соединения, объем предоплаченного трафика и/или времени и т.д.

3. Energy Management System (Система управления электроэнергией). Посредством данной системы отель может снизить расход электроэнергии примерно на 30%. Через центральный компьютер контролируется и меняется температура в каждой комнате гостиницы. Управляя климатом в комнате, вы сокращаете расходы и вносите вклад в изменения окружающей среды в лучшую сторону. Современный отель очень специфичен в своей эксплуатации: лобби, бар, ресторан, фитнес- и конференц-залы, и в се номера должны иметь

разное электроснабжение. Пример грамотно обустроенного фитнес-клуба в Новокосино можно посмотреть на сайте www.sport-town.ru. Наличие системы, способной автоматически контролировать подачу света, изменять температуру в помещении или активизировать кондиционер, является бесспорным преимуществом собственника отеля.

4. Connectivity Panel (выносная панель аудио-, видеоразъемов, медиакаб). Очень удобное устройство, позволяющее гостю подключать свое оборудование. В зависимости от модели гость может: подключить ноутбук или другое устройство через HDMI/VGA вход; используя bluetooth, слушать музыку со своего телефона через динамики телевизора; вывести изображение и звук с видеокамеры или фотоаппарата на телевизор в HD-качестве; при наличии в номере iPod/iPhone docking station (устройство для подключения iPod/iPhone) слушать музыку и подзаряжать устройство одновременно.

5. RFID (Radio Frequency Identification). Дверной замок с радиочастотной идентификацией, при наличии которого гость попадает в номер и другие помещения отеля без ключа. Такой инновационный механизм становится все более популярным в отелях всего мира благодаря тому, что для его открытия не требуется ключ. Для доступа в номер гость может использовать мобильный телефон любой марки и не тратить время на поиски затерявшегося ключа.

6. Back-office (Система управления внутренними службами отеля). Система управления back-office упрощает и повышает эффективность работы персонала отеля, сокращает количество ошибок и позволяет улучшить качество обслуживания постояльцев. КПК каждого сотрудника, от горничной до инженера, настроен на беспроводную систему передачи информации с центрального компьютера, что позволяет персоналу иметь доступ к данным: сколько товаров имеется на складе, какие номера требуют уборки, что нуждается в ремонте, а также учитывать особые пожелания гостей.

Список использованных источников

1. Черноусова Н. Ю. Основные направления внедрения инновационных технологий в сфере гостеприимства [Электронный ресурс] / Н. Ю. Черноусова // Сервис в России и за рубежом. – 2012. – № 2. – Режим доступа : http://tourlib.net/statti_tourism/chemousova.htm.

2. Товажнянский В. Л. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения / В. Л. Товажнянский, П. Г. Перерва, Т. А. Кобелева // Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях

преодолення кризиса : колл. монографія. – СПб. : Астерион, 2010. – Т. 2. п. 6.2. – С. 254–264.

3. Ілляшенко С. М. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія / С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2008. – 615 с.

4. Косенко А. П. Экономическая оценка инновационного потенциала: монография / А. П. Косенко, Д. Коциски, О. И. Маслак, П. Г. Перерва, Д. Сакай; под ред. проф. П.Г. Перервы и проф. Д. Коциски. – Харьков: Мишкольц : НТУ «ХПИ», Мишкольц. техн. ун-т, 2009. – 170 с.

5. Перерва П. Г. Моделювання споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу / П. Г. Перерва, О. П. Косенко, А. В. Косенко // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2012. – № 51 (957). – С. 68–73.

6. Перерва П. Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу / П. Г. Перерва, Н. П. Ткачова // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНГУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10–23.

7. Перерва П. Г. Науково-методичні підходи до вирішення проблем практичної реалізації механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / П. Г. Перерва, І. В. Гладенко, А. В. Косенко, М. М. Ткачов // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2008. – № 18. – С. 105–110.

8. Перерва П. Г. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева, Н. П. Ткачова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 819. – С. 167–174.

9. Перерва П. Г. Розвиток методів вартісної оцінки нематеріальних активів та об'єктів інтелектуальної власності / П. Г. Перерва, О. П. Косенко, М. М. Ткачов // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. – Донецьк : ДНГУ, 2014. – № 4. – С. 57–66.

10. Перерва П. Г. Банкрутство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева, В. Л. Товажнянський // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та

ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХП». – 2015. – № 59 (1168). – С. 148–152.

11. Перерва П. Г. Исследование рынка промышленной продукции / П. Г. Перерва. – М. : Реклама, информация, маркетинг, 1991. – 96 с.

12. Перерва П. Г. Маркетинг на промышленном предприятии. – М. : Реклама, информация, маркетинг, 1991. – 80 с.

13. Перерва П. Г. Практический маркетинг / П. Г. Перерва. – Выпуск 1. Термины и определения // Справочник менеджера промышленного предприятия. – М. : Реклама, информация, маркетинг, 1991. – 96 с.

14. Перерва П. Г. Управление ассортиментом продукции / П. Г. Перерва. – М. : Реклама, информация, маркетинг, 1991. – 80 с.

15. Перерва П. Г. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга. – М. : Реклама, информация, маркетинг, 1991. – 93 с.

16. Перерва П. Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева, Н. П. Ткачова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2015. – № 815. – С. 118–125.

17. Ткачов М. М. Ринок контрафактної продукції в системі неформальної економіки / М. М. Ткачов // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХП». – 2013. – № 22 (995). – С. 89–95.

18. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / под ред. проф. П. Г. Перервы, проф. Г. К. Вороновского, проф. С. А. Меховича, проф. Н. И. Погорелова – Харьков : НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.

К.В. Ліпінська, викл. II кат. (*КЕП ВКІ, Вінниця*)

ВИКОРИСТАННЯ QR-КОДУ В РОБОТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Робота кожного ресторану побудована за принципом закону Парето – 20% постійних відвідувачів здатні забезпечити 80% його прибутку. Але для того щоб утримати постійних відвідувачів і залучити нових, необхідно постійно вдосконалюватися і диференціюватися, а досягти цього можна використовуючи інновації в сфері ресторанного бізнесу – неординарні й цікаві маркетингові підходи, заради яких хочеться знову і знову приходити в той чи інший заклад.