

Отже, конкурентоспроможність та стабільний розвиток вітчизняних закладів готельно-ресторанного господарства можливі при постійному оновленні підходів до організації харчування населення, впровадженні нових екоінгредієнтів у технологію приготування страв та кулінарних виробів, підтримання стабільної високої якості та безпечної харчової продукції.

**Т.Б. Кушнір**, канд. екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

## **РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ФАКТОРА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ**

Сучасні економічні реалії демонструють важливість своєчасного впровадження інновацій у діяльність підприємств. Не зважаючи на те, що багато вчених і практиків вважають торгівлю видом економічної діяльності з надзвичайно низьким рівнем інноваційного потенціалу, проблема активізації інноваційного фактору набуває принципового значення у контексті підвищення конкурентоспроможності. Всі підприємства торгівлі функціонують в умовах жорсткої конкурентної боротьби, тому запорукою підвищення їх конкурентостійкості є зацікавленість в інноваційному розвитку.

Переваги інноваційного фактора у забезпеченні конкурентоспроможності торговельного підприємства сьогодні є очевидними, а його вплив на торговельний процес – радикальним і комплексним, таким, що забезпечує досягнення максимального попиту споживачів.

В умовах стрімкого розповсюдження екстернальних інновацій у торговельній сфері, як то поява нових форматів торговельних підприємств, платіжних систем, форм розрахунку, нових методів продажу, підприємства активно втілюють їх у свою діяльність, або винаходять нові, які призводять до підвищення ефективності функціонування, тобто перетворюють на інтернальні, які відбуваються всередині підприємства.

Так, наприклад, інновації у фінансовій сфері демонструють наявність багатой кількості новинок на ринку платіжних систем: банківські переводи, платіжні картки, смарт-картки, інтернет-банкінг, мобільний банкінг, розрахунки в платіжних терміналах торгово-сервісних підприємств, а також в мережі Інтернет, електронні гроші, електронні чеки та ін.

Цей далеко не повний перелік інноваційних продуктів, які використовує переважна більшість українських банків, досить активно

втілено та продовжує втілюватись підприємствами торгівлі: платіжні міні-термінали; онлайн-інкасація; послуги онлайн-консультування; віртуальні банківські «інтернет-картки»; хмарні операційні системи та ін. Покупці звикають до безготівкових платежів (іноземні торгові майданчики пропонують навіть тільки таку форму оплати), і охоче використовують їх під час торговельних операцій.

Підприємства торгівлі для організації торговельно-технологічного процесу вдало реалізують свої торговельні та комунікаційні транзакції з використанням конкретної інформаційної підтримки з Інтернету через електронні представництва (сайти, web-вітрини, web-каталоги), систему інтерфейсу, рейтингове порівняння ідентичних товарів за різними критеріями, наявність електронного кошику, використання мобільних додатків і корпоративного програмного забезпечення, пов'язаного з бек-офісом.

Стрімке зростання мобільного ринку є надійним підґрунтям щодо перспектив його використання в електронному ритейлі. Транзакціями через мобільні пристрої займаються багато компаній, у тому числі, мобільні оператори та банки. Мобільна комерція та мобільні платежі є однією з сучасних інноваційних технологій електронного ритейлу. Зростання кількості комунікаційних транзакцій на користь електронного ритейлу відбувається завдяки появі високошвидкісного Інтернету, 3G-зв'язку, використанню за їх допомогою спеціально розроблених програмних додатків.

Розвиваються й такі інноваційні форми постачання, як автоматизовані служби доставки (поштомати). При цьому важливими технологіями є штрих-кодування, QR-кодування та інші технології, які дають можливість обміну даними.

Світ роздрібно́ї торгівлі та спосіб, за допомогою яких люди роблять покупки постійно змінюється. Сучасний споживач досить прискіпливий і все більше воліє максимальної зручності, комфортного замовлення з дому, збереження часу, більш розширеного асортименту, віртуального тестування товару, оформлення замовлення з індивідуальними вимогами. Тому підприємства бажають вдосконалити рівень обслуговування з використанням інноваційних технологій в організації продажу товарів, що стає їх конкурентною перевагою та, безумовно, підвищує конкурентоспроможність взагалі.

З найбільш очікуваних у перспективі кардинальних змін пов'язаних з інноваційними технологіями, на торгівлю чекають: біометрична оплата за допомогою відбитків пальців, отримання консультацій про товари і здійснення угоди за допомогою голографічних продавців, тривимірне сканування покупця для підбору оптимального розміру одягу і взуття.

У будь-якому випадку, впровадження інновацій у діяльність підприємств торгівлі позитивно впливає на конкурентоспроможність, адже вони сприяють покращенню якості торговельних послуг, розширенню їх асортименту, забезпеченню відповідності сучасним правилам і стандартам здійснення торгової діяльності, скороченню витрат підприємства, відкриває нові можливості та перспективи для підвищення рентабельності, а також значно підвищує їхній імідж і лояльність покупців.

**Т.Б. Кушнір**, канд. екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

**Є.І. Гармаш**, магістрант (*ХДУХТ, Харків*)

### **ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ЗАДОВОЛЕННЯ ПОПИТУ СПОЖИВАЧІВ НА РЕСТОРАННУ ПРОДУКЦІЮ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ**

Підприємства готельної сфери вважаються основним і найбільш розповсюдженим видом тимчасового житла, а ресторани – невід’ємним атрибутом їх існування, місцем задоволення потреб їх мешканців у їжі. Якість ресторанної продукції та висока культура обслуговування відвідувачів покращують імідж готелю.

Залучення споживача ресторанної продукції до покупки є основою маркетингової політики та продажів в індустрії гостинності, і тому глибина пізнання потреб клієнта є вирішальним фактором успіху.

За умови жорсткої конкуренції головною запорукою конкурентоспроможності, підтримки й поліпшення фінансового становища підприємства готельної сфери стає інноваційність у забезпеченні відвідувачів ресторану їжею. Її розуміють як здатність на основі наявних власних технологій і ноу-хау у сфері обслуговування постійно опановувати нові види продукції та послуг, що відповідають попиту.

Для споживача ресторанної продукції важливими факторами поряд із якісним приготуванням, привабливим оформленням та подачею страви або напою, уважливим ставленням обслуговуючого персоналу та цікавими розвагами, є інноваційність навколишнього середовища та оточування, що визначають комфортність і суттєво впливають на сприйняття послуг. Кожне підприємство готельно-ресторанної сфери повинно гарантувати клієнтам чистоту, гігієну, чітке обслуговування, особисту безпеку та безпеку майна клієнтів.