

Вікторія Анатоліївна Гросул,

*д-р екон. наук, професор, професор кафедри економіки та управління,
Харківський державний університет харчування та торгівлі (м. Харків, Україна);*

Сергій Олександрович Зубков,

*канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління,
Харківський державний університет харчування та торгівлі (м. Харків, Україна);*

Тетяна Павлівна Іванова,

*ст. викладач кафедри економіки та управління,
Харківський державний університет харчування та торгівлі (м. Харків, Україна);*

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Розглянуто особливості формування і реалізації ефективних бізнес-моделей підприємств. Визначено основні етапи процесу підвищення рівня інноваційної активності підприємства. Розроблено систему критеріїв оцінки інноваційної активності підприємств ресторанного господарства. Запропоновано методичний інструментарій оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства та ідентифіковано можливі типи реакції на важливість її оновлення.

Ключові слова: бізнес-модель, інноваційна активність, критерії оцінювання, менеджмент, ресторанний бізнес, стратегія.

DOI: 10.21272/mmi.2018.1-21

Постановка проблеми в загальному вигляді. Рівень інноваційної активності підприємства ресторанного господарства визначає спектр потенційних можливостей підвищення гнучкості системи управління бізнес-процесами, створює можливість сформувати цінність для споживача, збільшити частку ринку, забезпечувати високий рівень конкурентоспроможності та динамічний розвиток. Високий конкурентний тиск у сфері ресторанного бізнесу, зростаючі вимоги та запити споживачів, обумовлюють необхідність підвищення рівня інноваційної активності підприємств ресторанного господарства на основі оновлення їх діючих бізнес-моделей. Вважаючи на це, особливої актуальності набувають питання обґрунтування системного, гнучкого та багатокритеріального підходу до оцінки рівня інноваційної активності підприємств ресторанного господарства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретико-методичні засади управління інноваційною активністю підприємства висвітлено в працях зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких особливо заслуговують на увагу наукові праці: Альгіна М.В. [6], Бабич В.Н. [1], Березної А.В. [3], Гуніна В.Н. [5], Кремлева А.Г. [1] та інших. Проблематика формування бізнес-моделей підприємств є предметом активних наукових дискусій серед вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: Друкера П. [1], Каплан С. [4], Остервальдера А. [4], Прахалада К. [4], Чезборо Н. [4], Г.Хемел [4] та ін.

Не вирішені раніше питання, що є частиною загальної проблеми. Вивчення опублікованих праць свідчать про недостатнє висвітлення принципово важливих питань, пов'язаних з обґрунтуванням системи показників та відповідного методичного інструментарію оцінки інноваційної активності підприємств ресторанного господарства на основі бізнес-моделей з урахуванням галузевих особливостей.

Мета статті полягає в обґрунтуванні методичного інструментарію оцінки рівня інноваційної активності підприємства ресторанного господарства та встановлення відповідного типу реакції на

важливість оновлення діючої бізнес-моделі.

Для реалізації встановленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- ідентифікувати критерії оцінки інноваційної активності бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства;
- обґрунтувати основні етапи реалізації методичного підходу до оцінки інноваційної активності та рекомендувати тип реакції на важливість оновлення поточної бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства.
- визначити напрями оновлення поточної бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства.

Основний матеріал. В умовах невизначеності і мінливості зовнішнього середовища, прискорення науково-технічного прогресу, збільшення вартості обмежених ресурсів, загострення конкуренції, зростаючих вимог та запитів споживачів дієвим інструментом конкурентної боротьби суб'єктів господарювання є інноваційна бізнес-модель. Якщо в недавньому минулому велика корпорація могла розраховувати на довгострокове збереження своїх ринкових позицій на основі послідовного вдосконалення принципово незмінною схеми взаємодії зі своїми споживачами, то сьогодні такий підхід є неможливим. В даний час практично в будь-якій галузі, незалежно від ступеня її зрілості існує велика ймовірність появи конкурентних новацій, які радикально змінюють «правила гри» на ринку за рахунок впровадження нових бізнес-моделей. При цьому, на відміну від інноваційних продуктів і методів їх виробництва (технологій) фактор наукоємності стає обов'язковим. У бізнес-інноваціях вирішальну роль відіграє підприємницька ідея, виявлення нової ринкової потреби і точне з'єднання способу її задоволення з ефективним попитом на основі нестандартних методів створення споживчої вартості [1].

У сучасних умовах, коли життєвий цикл навіть найбільш успішніших бізнес-моделей різко скорочується, для переважної більшості учасників глобальної конкуренції впровадження бізнес-інновацій стає важливим інструментом завоювання ринків та їх стратегічної оборони від суперників. Саме з інноваційними бізнес-моделями пов'язані найпомітніші корпоративні взлети останніх десятиліть – «Apple», «Wal-Mart», «Amazon», «Cisco», «FedEx», «Virgin» та інших відомих кампаній. Корпорації, які стали лідерами в сфері бізнес-інновацій, входять в число глобальних лідерів своїх галузей [2].

Аналіз бази даних, створеної на основі проведення міжнародною консалтинговою фірмою «BCG» (разом з діловим тижневиком «Business Week») показав, що для підприємств, які впроваджують та реалізують інноваційні бізнес-моделі характерні більш високі показники прибутковості для акціонерів в порівнянні з конкурентами по рейтингу, які обмежують свою інноваційну активність введенням нового продукту чи технологій. До того ж, успіхи компаній-новаторів в області бізнес-моделювання виявилися більш стійкими: навіть через десять років вони продовжували випереджати своїх суперників по відповідним економічним показникам діяльності [3, с.6]. Це підтверджує значимість інноваційних бізнес-моделей як одного з найпотужніших інструментів конкурентної боротьби. Сучасні реалії конкурентної боротьби свідчать, що навіть такий визнаний драйвер ринкового успіху, як технологічні інновації, виявляється ефективним тільки тоді, коли його вдається вдало «вписати» в інноваційні бізнес-моделі. Як підкреслюють експерти Європейської комісії, «...цінність технологій визначається бізнес-моделями, які виводять їх на ринок». В таких умовах перемогти в конкуренції можуть тільки підприємства, які реалізують стратегію бізнес-інновацій та мають практичний досвід своєчасного оновлення бізнес-моделей відповідно до змін умов зовнішнього середовища та зростаючих вимог та запитів споживачів. Розробка і впровадження нових бізнес-моделей стають для більшості сучасних підприємств стратегічним імперативом» [7].

Разом з тим, не зважаючи на аргументованість запровадження процесів оновлення існуючої

бізнес-моделі, керівники підприємств ресторанного господарства приділяють незначну увагу процесам інноваційного розвитку. Здебільшого це обумовлено двома тенденціями, а саме: усвідомленням вагомості інноваційних бізнес-моделей з боку менеджменту нижчого рівня та невисоким бажанням апарату управління здійснювати інвестиції у даний напрям. Сьогодні лідерство підприємства у галузі може бути забезпечено на основі оптимізації інноваційного потенціалу в напрямку пошуку можливих напрямків оновлення існуючої операційної моделі бізнес-моделі. У контексті зазначеного, заслуговує на увагу твердження директора «Центру досліджень галузевих ринків і бізнес-стратегій» Березної А.В., яка зазначає, що «...на відміну від інших типів інновацій (пов'язаних з новими продуктами або процесами), інноваційні бізнес-моделі за визначенням передбачають скоординовані зміни відразу в багатьох ключових сферах діяльності підприємства. Відповідно ризики таких масштабних змін високі, а «ціна помилки» може стати критичною для всього бізнесу. У таких умовах для ініціації розробки і впровадження нових бізнес-моделей потрібні не просто рутинні рішення одного з департаментів корпоративного центру (як при розробці та впровадженні інноваційних продуктів або технологій), а рішення та злагоджені дії вищого керівництва підприємства. Сьогодні багатьом великим корпораціям з досить складною управлінською структурою важко розгорнути їх інерційний «корпоративний корабель» в інший бік» [1].

Вивчення особливостей формування і реалізації ефективних бізнес-моделей підприємств дозволило встановити, що кожне окреме підприємство з його набором ключових процесів є унікальним, що значно ускладнює процес розробки унікального алгоритму визначення напрямків інноваційного оновлення їх бізнес-моделей. Логіка процесу оновлення існуючої операційної бізнес-моделі підприємств ресторанного господарства повинна ґрунтуватися на постулаті зміни стандартного підходу до управління підприємством, спрямована на необхідність пошуку компромісу між створенням інноваційної цінності для споживача, оптимізацією витрат підприємства та формуванням стратегічної гнучкості. Такий підхід створює можливість генерувати більший розмір прибутку, спрямований на забезпечення перспективності операційної бізнес-моделі.

При визначенні основних напрямків оновлення діючих операційних бізнес-моделей підприємств ресторанного господарства повинна бути врахована їх галузева специфіка. На відміну від підприємств інших галузей, об'єктами інноваційних змін підприємств ресторанного господарства є товари, процеси, засоби праці [8, с.154]. В даному аспекті слід підтримати погляд засновника мережі ресторанів «Козирна карта», який з приводу особливостей конкуренції в ресторанному бізнесі зазначає, що «... сьогодні конкурують у технологіях, в інформаційному полі та у можливості впливу на суспільну думку» [9, с. 49]. Слід зазначити, що оновлення діючих бізнес-моделей підприємств повинно здійснюватися відповідно до тенденцій розвитку сфери ресторанного бізнесу в Україні.

Так, за результатами проведеного дослідження встановлено, що на сучасному етапі розвитку галузі ресторанного господарства найменш динамічним є сегмент елітних ресторанів. Експерти пояснюють скорочення елітних ресторанів насиченням ринку. Упродовж останніх років спостерігається тенденція до зміщення акценту відомих рестораторів з сегмента елітних в сегмент демократичних ресторанів. Сьогодні акценти споживачів здебільшого зміщуються на відвідування закладів ресторанного господарства середнього цінового сегменту. Найбільш динамічний розвиток характерний для демократичних ресторанів, які мають яскраво виражену спеціалізацію за кухнею [7,с.304]. Визначення структури вподобань споживачів за кухнею є дуже важливим процесом, оскільки впливає на вибір споживачем типу закладу. Структуру національних кухонь підприємств ресторанного господарства України наведено на рис. 1.

За даними PIA «Ресторанний гід» в структурі смакових сподобань українців найбільшу питому вагу (36,8%) має національна українська кухня та французька кухня – 21%.

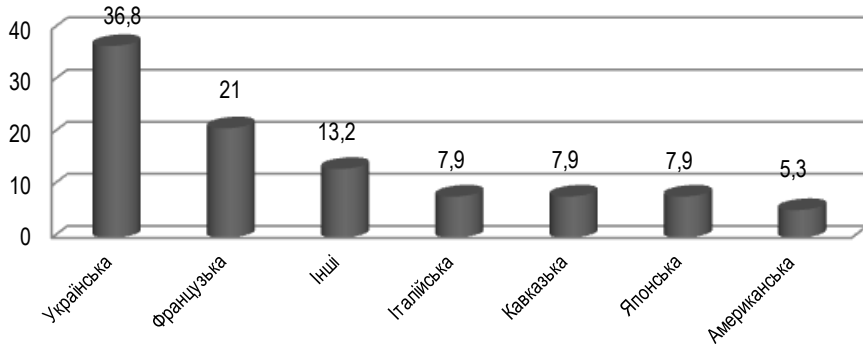


Рисунок 1 – Структура національних кухонь ресторанного господарства України, % (складено за даними РІА «Ресторанний гід» [9; 10])

Вивчення практичного досвіду реалізації інноваційних бізнес-моделей підприємств та проведений теоретичний аналіз вітчизняних та зарубіжних досліджень у сфері інновацій дозволило визначити загальні напрямки оновлення існуючої операційної бізнес-моделі (рис. 2).



Рисунок 2 – Напрями оновлення існуючої операційної бізнес-моделі підприємств ресторанного господарства (розроблено авторами на основі [3-6])

Одним з елементів бізнес-моделі є інфраструктура необхідна для просування інновації на ринок таким чином, який зручний і простий для покупця, і в той же час прибутковий для підприємства [8]. Рисунок 3 наочно показує, що доходність підприємства збільшується при зростанні рівня інноваційної активності.

З економічної точки зору результативність реалізації оновленої бізнес-моделі підприємства

ресторанного господарства можна оцінити через ефективність інноваційних рішень та рівень інноваційної активності на основі співставлення результатів з витратами. З метою аргументованого обґрунтування системи критеріїв та показників оцінки інноваційної активності бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства встановлено основні вимоги наведені на рис. 4.

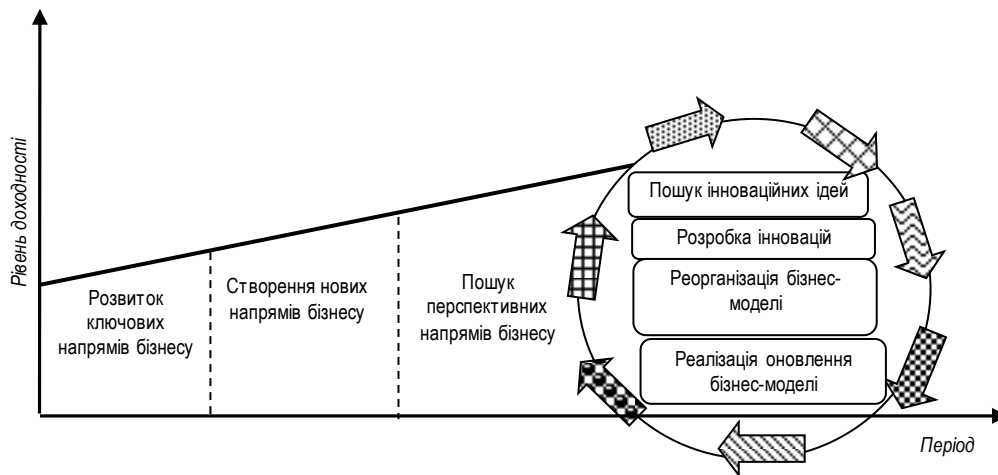


Рисунок 3 – Процес підвищення рівня інноваційної активності підприємства (авторська розробка)



Рисунок 4 – Вимоги до формування критеріїв оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства (узагальнено авторами на основі [1; 3-6])

Ураховуючи наведені вимоги, сформовано систему критеріїв оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства (табл. 1).

Наведена система критеріїв оцінювання інноваційної активності підприємства ресторанного господарства відповідає вимогам надійності, адекватності, точності, конкретності та інтегрованості.

Таблиця 1 – Система критеріїв оцінювання інноваційної активності підприємства ресторанного господарства

Критерій	Умов. познач.	Сутність
Цільова ефективність	EG	характеризує правильність вибору і постановки цілей і завдань оновлення бізнес-моделі. Цей критерій дозволяє визначити ступінь відповідності цілей і завдань інноваційної активності дійсним потребам підприємства
Ефективність реалізації	ER	характеризує якість і ступінь досягнення поставлених цілей і завдань. Цей критерій дозволяє визначити, наскільки реалізовані поставлені мети і завдання інноваційної активності підприємства
Витратна ефективність	EV	визначає рівень витратності ресурсів, що спрямовуються на оновлення бізнес-моделі. Цей критерій дозволяє економічно оцінити доцільність того чи іншого інноваційного проекту на підставі зіставлення його вартості і впливу на результативність діяльності підприємства
Соціальна ефективність	EC	відображає вплив інноваційної активності на умови праці працівників підприємства
Інвестиційна ефективність	EI	відображає ступінь відповідності інноваційного проекту цілям і інтересам його учасників. Цей критерій направлено на визначення віддачі вкладених інвестицій
Реактивна ефективність	EQ	Цей критерій визначає точність і чіткість реакцій на виклики оточення, які стоять перед інноваційною активністю оновлення бізнес-моделі

Для формування системи показників за кожним критерієм оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства було залучено 60 експертів в галузі ресторанного господарства Харківській області, рівень групової компетенції яких оцінено як 0,8, що свідчить про високий рівень освіченості в сфері ресторанного бізнесу та надійність висновків. У процесі опитування експертів здійснено анкетування. Кожному респонденту надано можливість самостійно обрати показники оцінки інноваційної активності, які на їх погляд є найбільш вагомими для оновлення поточної бізнес-моделі підприємства. Разом з тим, було встановлено головну вимогу до системи показників оцінки за групами критеріїв, а саме: кількість показників повинна бути мінімальною, але достатньою для об'єктивної оцінки. З цією метою сукупність експертів п здійснили вибір показників оцінки інноваційної активності підприємства р. Результат експертного вибору представлено величиною W за кожним критерієм E. Величина W отримана методом безпосереднього оцінювання, є значеннями за бальними оцінками. Перевагою методу безпосереднього оцінювання у порівнянні з іншими є можливість визначення групової оцінки для кожного з критеріїв у вигляді середньозваженої величини, базуючись на аксіоми теорії корисності фон Неймана – Моргенштерна [11, с. 14]:

$$W_i = \sum_{p=1}^L \sum_{n=1}^N P_i \times q_i \times L_n, \quad (1)$$

де L – коефіцієнт компетентності експерта; P – бальна оцінка показника в групі критерію оцінювання; q – ваговий коефіцієнт якісної оцінки за групою.

Зазначимо, що оцінки експерти ставили за 5-ною шкалою, де значення 5 – дуже важливий показник; 4 – необхідно включити у дослідження; 3 – можливо включити; 2 – включити за певних умов; 1 – не включати у дослідження.

Узагальнення результатів експертного дослідження дозволило сформувати ієрархічну систему

показників оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства (рис. 5).

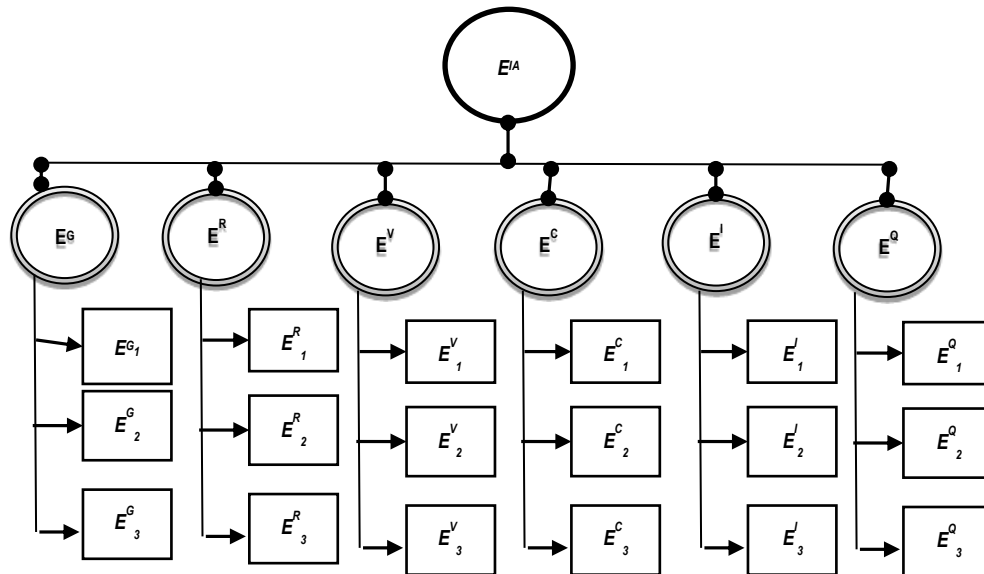


Рисунок 5 – Граф оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства (авторська розробка)

де E^G_1 – рентабельність інновацій; E^G_2 – коефіцієнт фінансової стійкості; E^G_3 – коефіцієнт втрати платоспроможності; E^R_1 – ступінь досягнення цілей; E^R_2 – коефіцієнт ефективності використання коштів на інновації; E^R_3 – коефіцієнт ефективності організації управління та контролю; E^V_1 – рентабельність витрат; E^V_2 – рівень витратосємності витрат обігу; E^V_3 – коефіцієнт інтенсивності витрат на технологічні інновації; E^C_1 – рівень сприятливості працівників до інновацій; E^C_2 – рівень продуктивності праці; E^C_3 – рівень задоволеності результатами праці; E^I_1 – рентабельність інвестицій; E^I_2 – період окупності проектів; E^I_3 – коефіцієнт мінімальної ефективності капіталовкладень; E^Q_1 – коефіцієнт оперативності корегування рішення; E^Q_2 – рівень реакції на зміни зовнішнього середовища; E^Q_3 – коефіцієнт фактичної результативності інноваційного рішення

Для здійснення загальної оцінки інноваційної активності бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства запропоновано використати математичний апарат, а саме алгебру кортежів та теорію графів. Ураховуючи основні положення теорії графів, сформовано кортеж показників оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства:

$$E^{IA} = \langle E^G; E^R; E^V; E^C; E^I; E^Q \rangle, \quad (2)$$

де E^{IA} – кортеж показників оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства; E^G – кортеж показників цільової ефективності бізнес-моделі підприємства; E^R –

кортеж показників ефективності реалізації бізнес-моделі підприємства ; E^V – кортеж показників витратної ефективності бізнес-моделі підприємства; E^C – кортеж показників соціальної ефективності бізнес-моделі підприємств; E^I – кортеж показників інвестиційної ефективності бізнес-моделі підприємства; E^Q – кортеж показників реактивної ефективності бізнес-моделі підприємства.

Зазначимо, що кожний з кортежів оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства формується на основі системи ієрархічних показників, які у сукупності визначають ефективність управління окремим кортежем оцінки:

$$E^G = \langle E_1^G; E_2^G; E_3^G \rangle \quad (3)$$

$$E^R = \langle E_1^R; E_2^R; E_3^R \rangle \quad (4)$$

$$E^V = \langle E_1^V; E_2^V; E_3^V \rangle \quad (5)$$

$$E^C = \langle E_1^C; E_2^C; E_3^C \rangle \quad (6)$$

$$E^I = \langle E_1^I; E_2^I; E_3^I \rangle \quad (7)$$

$$E^Q = \langle E_1^Q; E_2^Q; E_3^Q \rangle \quad (8)$$

Інтегральний показник кожного елемента графу ($E^G, E^R, E^V, E^C, E^I, E^Q$) розраховується за формулою:

$$E^i = \sum_{j=1}^n S_{j1}^i \times k_{j1}^i + \sum_{j=2}^n S_{j2}^i \times k_{j2}^i + \sum_{j=3}^n S_{j3}^i \times k_{j3}^i + \dots + \sum_{j=n}^n S_{jn}^i \times k_{jn}^i = 1 \quad (9)$$

де S_{jn}^i – стандартизовані значення j -го ребра графу для оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства, які визначаються за формулою 10; k_{jn}^i – вагомість j -го ребра графу для оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства (розраховується на основі ітеративного алгоритму Левенберга-Марквардта [12, с. 224]).

$$S_{jn}^i = \frac{E_j^i - \bar{E}_j}{\Psi_j}, \quad (10)$$

\bar{E}_j – математичне очікування індикатора E_i :

$$\bar{E}_j = \frac{1}{l} \sum_{i=1}^l E_j^i; j = 1, \dots, n, \quad (11)$$

Ψ_j – середньоквадратичного відхилення ребра графу E_i :

$$\Psi_j = \left[\frac{1}{l} \sum_{i=1}^l (E_j^i - \bar{E}_j)^2 \right]^{0.5} \quad (12)$$

Інтегральний показник оцінки інноваційної активності поточної бізнес- моделі підприємства ресторанного господарства розраховується за формулою:

$$E^{IA} = \frac{1}{2} \sin 60 \left(\sum_{j=1}^5 E^G \times k^G + E^R \times k^R + E^V \times k^V + E^C \times k^C + E^I \times k^I + E^O \times k^O \right) \quad (13)$$

Інтерпретація отриманих результатів дослідження оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства здійснюється на основі розробленої вербально-чисельної шкали (табл. 2).

Таблиця 2 – Лінгвістична шкала оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства (розроблено авторами)

Рівень інноваційної активності (діапазон значень)	Тип реакції на важливість оновлення бізнес-моделі	Характеристика
Оптимальний [0,71-1]	Планово-прогнозна	Достатньо ефективне управління інноваційною активністю, орієнтація на повне оновлення поточної бізнес-моделі, повна відповідність стану зовнішнього середовища зі станом самої бізнес-моделі, управління «за слабкими сигналами»
Середній [0,60-0,70]	Активна	Стан системи управління інноваційною активністю сприятливий, ситуація оновлення бізнес-моделі рекомендується провідними фахівцями, рішення приймається після повного аналізу ринкового середовища
Задовільний [0-0,59]	Реактивна	Задовільний стан системи управління інноваційною активністю, ситуація оновлення бізнес-моделі сприймається керівництвом але рішення приймається складно

Запропонований методичний інструментарій оцінки інноваційної активності підприємства ресторанного господарства враховує галузеву специфіку підприємств ресторанного господарства за критеріями ефективності (цільової, реалізацій, витратної, соціальної, інвестиційної, реактивної) та дозволяє визначити тип реакції на важливість оновлення операційної бізнес-моделі.

Висновки та напрямки подальших досліджень. Рівень інноваційної активності підприємств ресторанного господарства визначається інтенсивністю впровадження нових технологій, та інноваційних заходів при виробництві, реалізації та організації споживання ресторанної послуги. Практична реалізація запропонованого методичного інструментарію дозволить підприємствам ресторанного господарства створити інформаційне підґрунтя для визначення потреб інноваційного оновлення діючих бізнес-моделей. Подальші дослідження у даному напрямку будуть спрямовані на розроблення матричних структур трансформації ключових бізнес-процесів бізнес-моделі підприємства ресторанного господарства.

1. Бабич В.Н. Инновационная модель бизнес-процесса : учебное пособие / В.Н. Бабич, А.Г. Кремлёв. – Екатеринбург, 2014. – 184 с.

2. Кузнецов К.М. Государственные и рыночные механизмы регулирования инновационного предпринимательства / К.М. Кузнецов // Государственность и государственная служба в России: пути развития. – 2013. – Вып. 6. – С. 140-145.

3. Березной А.В. ТНК на развивающихся рынках: в поисках успешной бизнес-модели [Электронный ресурс] / А.В. Березной. – Режим доступа : https://www.imemo.ru/jour/meimo/index.php?page_id=685&id=6242.

Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком

4. Chesbrough H. Business model innovation: Opportunities and barriers / H. Chesbrough // Long Range Planning. – 2010. – № 43(2). – Р. 354-363.
 5. Гунин В.Н. Инновационная активность предприятий: сущность, содержание, формы : монография / В.Н. Гунин. – Москва, 2000. – 103 с.
 6. Альгина М.В. Формирование механизма активизации инновационной активности предприятий промышленного комплекса : монография / М.В. Альгина, В.А. Боднар. – Ростов на Дону : Издательский центр ДГТУ, 2010. – 201 с.
 7. Teece D. Business Models, Business Strategy and Innovation / D. Teece // Long Range Planning. – 2010. – Vol. 43. – No 1. – Р. 172-194.
 8. П'ятницька Г.Т. Управління підприємствами в епоху глобалізму : монографія / Г.Т. П'ятницька. – К. : Логос, 2006. – 568 с.
 9. Тарасова Е. Украина – так! Обзор рынка украинской столицы и окрестностей / Е. Тарасова // Ресторатор. – 2005. – № 1. – С. 48-51.
 10. Гінда М.І. Тенденції розвитку ресторанного господарства / Гінда М.І. // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи» (м. Львів, 29.11.2016 р.). – Львів: МАУП, 2016. – Ч. 1. – С.301-306.
 11. Берестов В.Л. Анализ и оценка маркетинговой деятельности промышленного предприятия / В.Л. Берестов, С.А. Афонина // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 1 (25). – С. 12-22.
 12. Тоценко В.Г. Методы и системы поддержки принятия решений. Алгоритмический аспект / В.Г. Тоценко. – Киев : Наук. думка, 2002. – 381 с.
 13. Доценко О.С. Практикум з загальної теорії статистики: навч. посібник / О.С.Доценко. – Севастополь : СевНТУ, 2010. – 204 с.
1. Babich, V.N. (2014). *Innovatsionnaia model biznes-protsessa [Innovative business process model]*. Ekaterinburg: Ural [in Russian].
 2. Kuznetsov, K.M. (2013). *Hosudarstvennye i rynochnye mekhanizmy rehulirovaniia innovatsionnoho predprinimatelstva [State and market mechanisms for regulating innovative entrepreneurship]. Hosudarstvennost i hosudarstvennaia sluzhba v Rossii: puti razvitiia – Statehood and public service in Russia: ways of development, 6, 140-145 [in Russian]*.
 3. Bereznoi, A. (2014). *TNK na razvivaiushchisia rynkakh: v poiskakh uspekhnoi biznes-modeli [Transnational Corporations in Emerging Markets]. Mirovaia ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniia – World Economics and International Relationship, 10,15-17 [in Russian]*.
 4. Chesbrough, H. (2010). *Business Model Innovation: Opportunities and Barriers*. Long Range Planning, 354-363.
 5. Hunin, V.N. (2000). *Innovatsionnaia aktivnost predpriatii: sushchnost, sodержanie, formy [Innovative activity of enterprises: essence, content, forms]*. Moscow: GUU [in Russian].
 6. Alhina, M.V., & Bodnar, V.A. (2010). *Formirovanie mekhanizma aktivizatsii innovatsionnoi aktivnosti predpriatii promyshlennogo kompleksa [Formation of the mechanism of activation of innovative activity of enterprises of the industrial complex]*. Rostov on Don: DGTU [in Russian].
 7. Teece, D. (2010). *Business Models, Business Strategy and Innovation*. Long Range Planning, 1,172-194.
 8. Piatnitska, H.T. (2006) *Upravlinnia pidpriemstvami v epokhu hlobalizmu [Managements in the epoch of globalism]*. Kiev: Lohos [in Ukrainian].
 9. Tarasova, E. (2005). *Ukraina – tak! Obzor rynku ukrainsoi stolitsy i okresnostei [Ukraine is like that! Market overview of the Ukrainian capital and its environs]*. *Restorator – Restaurateur, 1, 48-51 [in Russian]*.
 10. Hinda, M.I. (2016). *Tendentsii rozviku restorannoho hospodarstva [Tendencies for the development of restaurant government]. Aktualni problemy ekonomiki ta upravlinnia v umovakh sistemnoi kryzy - Actual problems of economy and management in a systemic crisis: Proceedings of the all-Ukrainian scientific-practical conference (Vols.1), (pp.301-306)*. Lviv: MAUP [in Ukrainian].
 11. Berestov, B.L. (2008). *Analiz i otsenka marketinghovoii deiatelnosti promyshlennogo predpriatia [Analysis and evaluation of the marketing activities of an industrial enterprise]*. *Problemy sovremennoi ekonomiki – Problems of modern economy, 1 (25), 12-22 [in Russian]*.
 12. Totsenko, V.H. (2002). *Metody i sistemy podderzhki priiniatia reshenii. Alhoritmicheskii aspekt [Methods and systems of decision support. Algorithmic aspect]*. Kiev: Nauk. dumka [in Russian].
 13. Dotsenko, O.S. (2010). *Praktykum z zahalnoi teorii statystyky [Workshop on the general theory of statistics]*. Sevastopol: SevNTU [in Ukrainian].

В.А. Гросул, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления, Харьковский государственный университет питания и торговли (г. Харьков, Украина);

С.А. Зубков, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления, Харьковский государственный

В.А. Гросул, С.О. Зубков, Т.П. Иванова. Методичний інструментарій оцінювання рівня інноваційної активності підприємств ресторанного господарства

университет питания и торговли (г. Харьков, Украина);

Т.П. Иванова, ст. преподаватель кафедры экономики и управления, Харьковский государственный университет питания и торговли (г. Харьков, Украина)

Методический инструментальный оценки уровня инновационной активности предприятий ресторанного хозяйства

Рассмотрены особенности формирования и реализации эффективных бизнес-моделей предприятий. Определены основные этапы процесса повышения уровня инновационной активности предприятия. Разработана система критериев оценки инновационной активности предприятий ресторанного хозяйства. Предложен методический инструментальный оценки инновационной активности предприятия ресторанного хозяйства и идентифицированы возможные типы реакции на важность ее обновления.

Ключевые слова: бизнес-модель, инновационная активность, критерии оценки, менеджмент, ресторанный бизнес, стратегия.

V.A. Grosul, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economics and Management, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (Kharkiv, Ukraine);

S.O. Zubkov, PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (Kharkiv, Ukraine);

T.P. Ivanova, Senior Lecturer of the Department of Economics and Management, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (Kharkiv, Ukraine).

Methodological tools for assessment of innovative activity level of restaurant business enterprises

The aim of the research paper. The aim of the research paper is developing of scientific approach to assessing of the innovation activity level of restaurant business enterprise business model. The approaches to the selection of indices of innovative activity assessment are generalized and the indices of innovative activity assessment of the restaurant business enterprise business model are substantiated in the research paper for achieving the aim of the research.

Analysis results. The research shows that each enterprise with its key processes is unique, and therefore it is impossible to determine the development optimal vector which is based on unique algorithm of action for almost all enterprises. The importance of updating of the restaurant business enterprises business model is very high, since it is aimed at achieving competitive success. The logic of the renewal process is based on the postulate, which changes the typical management approach, focuses on the necessity of searching the compromise between the creation of innovation value for customers and the formation of strategic flexibility. Dynamic conditions of the Ukrainian consumer market operation put forward their own specific requirements for the formation of national business models, where innovative activity is the main business model. Innovative activity of business models affects not only internal business processes, but also, in general, on the consumer market formation. Requirements for the business model are aimed at providing of the business model's efficiency increasing were developed for grounded substantiation of the criteria and indices of the innovation activity assessment. And its dynamic development and the system assessment criteria have determined the innovative activity of business models. Sixty experts of the restaurant business in Ukraine and Kharkiv region were involved in the development of system of indices for assessing the innovation activity of the business model of restaurant business enterprises. The experts determined the group of indices for the assessment of the innovation activity of enterprise's business model. These indices are basis for the scientific and methodical approach to determining the integral index of the enterprise innovation activity and determining the type of reaction to the importance of the business model updating.

Conclusions and directions of further researchers. The scientific and methodical approach to the definition of the enterprise's innovation activity integral index is considered in the research; this approach is key source for the business model renewal and it can be a comprehensive indicator of the development state of the restaurant business enterprise, it is necessary to develop it and to include in the system of enterprise strategic management according to weak signals.

Keywords: business model, innovation activity, assessment criteria, management, restaurant business, strategy.

Отримано 14.06.2017 р.