

УДК 338.488.2:640.43:330.341.1

Антоніна Яхтер

Antonina Yakhter

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЗА РАХУНОК УПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**INCREASING OF RESTAURANT ENTERPRISES COMPETITIVENESS BY IMPLEMENTATION OF INNOVATION ACTIVITIES**

У статті розглядаються актуальні проблеми підприємств ресторанного господарства в сучасних ринкових умовах та підходи щодо активації інноваційної діяльності на підприємствах ресторанного господарства як фактор підвищення конкурентоспроможності в сучасних ринкових умовах.

Досліджено тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні, визначено основні напрямки розвитку та інновацій, упровадження їх в українській практиці з можливістю адаптації в умовах функціонування вітчизняних підприємств ресторанного господарства.

Обґрунтовано підходи щодо активізації впровадження нововведень на підприємствах ресторанного господарства для забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність, інновації, ресторанне господарство.

Постановка проблеми. Інноваційна діяльність є невід'ємною складовою виробничо-господарської діяльності підприємств ресторанного господарства України, зорієнтованою на оновлення і вдосконалення його виробничих сил, організаційно-економічних відносин. Вона спрямована на створення і залучення із зовнішнього середовища таких інновацій, які б сприяли підвищенню його конкурентоспроможності та зміцненню ринкових позицій. Але на сьогодні спостерігається низька активність українських підприємств ресторанної галузі щодо впровадження інновацій. У сфері управління якістю та підвищення якості продукції інновації майже не спостерігаються або спостерігаються в поодиноких випадках.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження питань підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства за рахунок упровадження інноваційної діяльності здійснене в працях таких провідних науковців, як: С. М. Абдулліна, Г. Л. Азоєв, К. І. Азізов, С. І. Андреев, М. П. Афанасьєв, А. І. Банников, Ш. М. Валітов, В. Г. Вірсан, К. М. Гаріфуллін, В. В. Гончаров, І. П. Данилов, В. Б. Івашкевич, О. М. Мельник, М. К. Насиров, М. Р. Сафіуллін, Б. Я. Татарських, Ф. Г. Хамідуллін, Г. Т. П'ятницька, В. Г. Воронкова, Л. І. Федуло, Л. В. Дейнеко, С. А. Матюх, О. Ненук, В. С. Найдюк тощо. Досягнення вчених розв'язали багато проблем щодо підвищення якості продукції, але узагальнення і конкретний вплив інноваційної діяльності на конкурентоспроможність закладу ресторанного господарства потребує подальших розвідок.

Формулювання цілей статті. Метою статті є виявлення тенденцій розвитку ресторанного бізнесу в Україні, визначення основних напрямків розвитку та інновацій, упровадження їх в українській практиці з можливістю адаптації в умовах функціонування вітчизняних підприємств ресторанного господарства; обґрунтування підходів щодо активізації впровадження нововведень на підприємствах ресторанного господарства для забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Виклад основного матеріалу. Основою конкуренції в сучасному світі стали інновації в усіх сферах бізнесу. Підприємства, різні за своїми розмірами (великі, середні, малі), повинні інвестувати в наукові дослідження в сфері маркетингу, людських ресурсів, технологій та інших напрямках діяльності. За рахунок впровадження інновацій підприємство може отримати домінуюче становище на ринку, поки на цей ринок не придуть інші «інноваційно-підковані» конкуренти. Інновації необхідні в сучасному бізнесі, тому що захищають конкурентні позиції підприємства від появи нових конкурентів.

Можливості розвитку та використання потенціалу підприємств ресторанного господарства України можуть мати значні перспективи, але сучасний стан економіки країни та управлінська політика рестораторів обумовлюють повільний розвиток ресторанного господарства, створюючи на своєму шляху велику кількість перешкод [1, с. 55].

На сучасному етапі ресторанне господарство – багатогранне явище, що тісно поєднане з економікою, історією, географією, медициною, культурою, спортом тощо. Підприємства ресторанного господарства формуються відповідно до соціально-економічного розвитку суспільства. Якісні перетворення в економіці України зумовили складні структурні зміни в усіх галузях економіки. Перехід країни на ринкові умови господарювання викликав кардинальні зміни у структурі закладів ресторанного господарства та прийняття нових стандартів. Нині структура підприємств ресторанного господарства складається з таких сегментів: гастрономічні ресторани; корпоративне харчування; швидке обслуговування; соціальне харчування [3, с. 58].

Підприємства ресторанного господарства мають ряд особливостей галузевого, організаційно-економічного та соціального характеру. Галузеві особливості полягають у тому, що в процесі своєї діяльності заклади ресторанного господарства виконують одночасно три взаємопов'язані й взаємозалежні функції: виробництво продукції, реалізація кулінарної продукції, організація її споживання.

Наявність перелічених функцій виділяє ресторанне господарство в окрему галузь.

Сучасний заклад ресторанного господарства – це, перш за все, красивий і комфортний спосіб проведення часу, один із основних елементів дозвілля в сучасному місті. Організація подібного процесу вкрай складна за своїм змістом і наповненням і вимагає: дотримання санітарних і технологічних норм, контролю за стилем і культурою поведінки обслуговуючого персоналу, за обліковим процесом, аналізу транзакцій, обліку надходження продуктів, формування вартості страв і напівфабрикатів, процедур списання продуктів «під нуль» і т.д. Вимога автоматизації всіх цих процесів впливає, насамперед, з необхідності врахування великої кількості деталей [2, с. 67].

Зручність автоматизації та інформатизації процесів у закладах ресторанного господарства очевидна не тільки з точки зору «ведення справ», а й з позицій клієнтів, тому що інформаційні системи дозволяють більш оперативно працювати з розрахунками з відвідувачами, черговістю обслуговування, забезпеченістю пропонованого меню всіма необхідними інгредієнтами, без побоювання, що їх не вистачить, або, навпаки буде надлишок.

Сучасні інформаційні системи, розроблені спеціально для підприємств ресторанного господарства, дозволяють значно спростити, оптимізувати і прискорити цілий ряд повсякденних, специфічних для цього бізнесу операцій.

По-перше, інформаційні системи беруть на себе процедуру формування страви на основі набору інгредієнтів і схеми закупівлі продуктів. Автоматизується ведення списку страв з урахуванням нормативів витрат продуктів, сезонних норм закладок продуктів у страви, розрахунку сировини для страв на основі використання нормативної документації.

По-друге, сучасні програми автоматично визначають витрату інгредієнтів по кожній страві, списують потрібну кількість продуктів і розраховують собівартість страв, формують калькуляційні картки на страви в умовах динамічної зміни закупівельних, облікових і продажних цін. У більшості інформаційних систем закладені можливості ведення кількісно-сумового обліку продуктів і страв з контрольованим відсотком націнки при призначенні роздрібних цін на страву, а також ведення «історії» відпускних цін на страви та продукти.

По-третє, інформаційні системи значно полегшують і роблять більш суворим ведення обліку продуктів і страв на кількох кухнях і точках реалізації. В цьому випадку інформаційні системи дозволяють автоматично встановлювати різні ціни на страви та послуги, залежно від місця реалізації та одиниць виміру. За рахунок автоматизації спрощується процес руху товарів, наприклад, організація надходження товарів безпосередньо на кухню або місце реалізації, минаючи комору або переміщення продуктів на кухню для виробництва страв.

Інформаційні системи дозволяють формувати меню для залу й прейскурант барної продукції, а також увесь комплекс документів і звітів ресторанного господарства (меню, наряд-замовлення, товарний звіт, забірний лист та ін.).

Іншими словами, інформатизація підприємств ресторанного господарства – ще не до кінця і не всіма усвідомлена, але жорстка необхідність для сучасного ресторатора.

Впровадження систем оплати з пластикових карт і депозитно-дисконтних систем сьогодні, які поки існують у незначній кількості ресторанних закладів, дозволяє різко розширити можливості закладу, організовуючи спільні акції з провідними банками. Системи не просто підтримують безготівкову форму оплати, а й ведуть облік постійних і корпоративних клієнтів, дозволяють управляти сис-

темою знижок і бонусів, підтримувати віддалений доступ клієнтів для формування заявок і замовлень. Це, безумовно, значний внесок у принципи персоналізації роботи з клієнтами. Великий потенціал отримують всякого роду програми з підвищення лояльності клієнтів (знижки, бонуси, спеціальні пропозиції тощо), формування постійної клієнтської бази.

Однією з основних інновацій для ресторанного бізнесу є впровадження комплексу web- і телекомунікаційних рішень для взаємодій з клієнтами. В результаті все частіше з'являються послуги доставки додому замовлень, зроблених по телефону та Інтернет.

Успішність цієї високотехнологічної послуги визначається загальною для всіх інтерактивних систем віддаленої роботи з клієнтом вимогою вичерпного характеру інформації та можливостей, що надаються клієнту дистанційними інтерактивними системами.

Рішення, природно, не підходить для елітарних ресторанів, але є досить важливим для фаст-фудів. Нині такі послуги користуються все більшою популярністю у населення. Однак у цієї технології існують і свої недоліки. Web- і телеком-технології дозволяють досягти істотного зростання клієнтської бази, проте страви необхідно фізично доставити за місцем призначення, що призводить до різкого зростання транспортних витрат, а саме в обідні години пік та при дрібних замовленнях [7].

На сьогодні найкращими інноваціями в ресторанному господарстві, що підвищують конкурентоспроможність закладів, можна вважати впровадження технологій Interactive Restaurant Technology. У світі за цією технологією працюють три ресторани – на Кіпрі, в Дубаї та Абу-Дабі. І вже будується кілька нових – в Європі, Північній Америці та Азії. Особливістю цих ресторанів є те, що відвідувачі сидять за великими інтерактивними столами, за їх допомогою роблять замовлення, здійснюють покупки в он-лайн і спілкуються з іншими відвідувачами. Навіть сам інтер'єр ресторану може змінюватися, адже на сенсорні панелі можна вивести будь-яке зображення. Причому панелі ці збирають на виробничій лінії в Україні, м. Київ. Незважаючи на значні суми інвестицій, два ресторани, відкриті у рамках проекту Interactive Restaurant Technology, – кіпрський і дубайський – вже повністю окупили вкладені інвестиції: один за п'ять, другий за 11 місяців.

У кіпрський ресторан було інвестовано 460 тисяч євро, окупився він за 5,5 місяців і з того часу є прибутковим. У дубайський ресторан було інвестовано \$ 970 000, він окупився за 11 місяців. Відбулося це, по-перше, за рахунок збільшення продажів на 32 %, банально продаючи за допомогою столів більше їжі і напоїв. По-друге, це скорочення робочої сили, наприклад, відповідно до нормативів в ресторані на 100 посадочних місць потрібно 8-9 офіціантів, а за рахунок впровадження таких інновацій – два. На Кіпрі зарплата офіціанта – 1000 євро, відповідно, замість 8000-9000 євро на місяць витрати на заробітну плату офіціантів становлять 2000 євро.

Якщо взяти оборот такого ресторану за 100 %, класичної ресторанної моделі в ньому буде десь 48 % (продаж їжі та напоїв). Ще 52 % – це впроваджене ноу-хау, це гроші, які приносять інші компанії. Наприклад, винна компанія хоче до стейків продавати вино – і електронні столи можуть використовуватися як e-commerce-інструмент. Крім того, звертаються такі компанії, як Coca-Cola, замовляючи трансляцію зі своїм логотипом, Adidas купує банери з рекламою кросівок і т.д. Якщо брати в середньому по світу, маржа «на їжі» у класичного ресторану – близько 30 %, тут не може бути ніякої «магії». А в таких ресторанах на альтернативних джерелах маржа доходить до 90 %.

Використання закладом таких столів – це відмінний інструмент для BigData. І Starbucks, за яким ми стежили, і будь-який інший ресторан могли б впровадити єдину точку збору даних про клієнтів. Ніяк інакше такі дані зібрати не можна.

Сенсорні стенди забезпечують атмосферність, вау-ефект, який мотивує людину приходити ще й приводити друзів. На Кіпрі в ресторані змінюються зображення настінних панелей, що дуже добре працює при організації тематичних свят, взагалі не витрачаючись на декор [9].

Необхідно зазначити, що і в Україні заклади ресторанного господарства дуже стрімко розвиваються і також широко впроваджують сучасні інноваційні технології, які надають закладам ресторанного господарства таких переваг: залучити нових споживачів, розширити ринок збуту, знайти кращих постачальників сировини та товарів, підвищити рівень конкурентоспроможності [6] (табл. 1).

Найважливішою умовою прискореного прогресу економічного розвитку підприємства є ефективна інноваційна політика, оскільки динамічний економічний розвиток на сучасному етапі став остаточно ґрунтуватися виключно на інноваціях, наслідки яких набули стратегічно важливого характеру.

Таблиця 1

Структура факторів, що визначають майбутні зміни в розвитку ресторанного бізнесу

Інноваційні технології	Зміни в ресторанному господарстві в майбутньому		
	Очікувані позитивні зміни	Галузеві обмеження і ризики	Можливі негативні зміни
Інформатизація внутрішніх серверів	Підвищена гнучкість і оперативність в роботі із споживачами, можливість індивідуалізації обслуговування без зростання транзакційних зборів	Збільшення клієнтської бази (створення on-line, web-сервісів) призводить до супутнього зростання транзакційних витрат з обслуговування віддалених споживачів (проблема доставки)	Інновації, які впроваджуються, можуть виявитися надлишковими витратами через випередження існуючої технологічної культури населення, культури споживання і дозволя
Створення online, web-, RFID серверів	Зростання можливостей по залученню клієнтів при зниженні витрат на рекламу	Недостатньо висока технологічна і споживча культура населення. Ненасиченість попиту на послуги підприємств ресторанного господарства і дозволя	Збільшення центрів витрат без супутнього зростання центрів прибутку, випереджальне зростання витрат на обслуговування «віддаленої» клієнтської бази
Автоматизація системи розрахунків зі споживачами	Збільшення можливостей співпраці з банками спільні програми по підвищенню лояльності клієнтів, формування постійної клієнтської бази		
Автоматизація системи постачання сировиною та матеріалами	Підвищення якості, оперативності і гнучкості постачання, рішення проблеми псування сировини, можливості підтримки ексклюзивного меню		
Впровадження інтегрованих систем	Зміцнення і підвищення ефективності діяльності за рахунок інтеграції в суміжний бізнес (ресторан при готелі, фірмі тощо)		

В усьому світі інноваційна діяльність розглядається сьогодні як одна з головних умов модернізації економіки. Як свідчить світовий досвід, альтернативи інноваційному шляху розвитку немає. Створення, впровадження і значне поширення нових продуктів, послуг, технологічних процесів стають ключовими чинниками зростання обсягів виробництва, зайнятості, інвестицій, зовнішньоторговельного обороту, поліпшення якості продукції, економії трудових і матеріальних витрат, вдосконалення організації виробництва та підвищення його ефективності. Все це зумовлює конкурентоспроможність підприємств [4, с. 15].

До факторів, які стримують інноваційні процеси, слід віднести: слабкий рівень науково-дослідницької бази, неготовність підприємств до освоєння новітніх науково-технічних досягнень, брак інформації про нові технології, ринки збуту; високі економічні ризики, тривалі терміни окупності інноваційних проєктів; недостатній рівень опрацювання регламентуючих законодавчих та нормативно-правових документів; недостатня інноваційна розвиненість ринку технологій.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства необхідно здійснювати діяльність за такими напрямками: підвищення якості виробленої ресторанної продукції, підвищення продуктивності праці, оптимізація структури управління підприємством, впровадження нових технологій, оснащення робочих місць сучасними інноваційними та інформаційними технологіями, прогресивним обладнанням тощо, необхідними для здійснення інноваційної діяльності.

Здійснення кожного з цих заходів прямо чи опосередковано пов'язано зі здійсненням інноваційної діяльності за її основними напрямками.

Іншим підходом для впровадження інновацій є наявність ефективної системи маркетингу, що забезпечує зв'язок підприємства з кінцевим споживачем ресторанного продукту з метою постійного виявлення нових явних і прихованих потреб споживачів щодо якості продукції та ресторанної послуги. Цей підхід є визначальним оскільки успіх мають лише ті нововведення, які надають кінцевому споживачу нові вигоди [5, с. 23].

Досягти такого успіху можна за рахунок: розширення сировинної бази шляхом використання у виробництві та оформленні продукції ресторанного господарства нових видів сировини, напівфабрикатів (біологічно активних добавок, вторинних продуктів переробки море- та соєвих продуктів, екзотичних продуктів тощо); прогресивних галузевих технологій; новітніх технологій та напрямків у кулінарії, пов'язаних із появою модних течій у ресторанному бізнесі, переорієнтацією споживачів на здорове харчування (креативна, еклектична, Fusion, вегетаріанська і т.д. кухні, соєві ресторани тощо); розробки асортименту конкурентоспроможних видів продукції із заданими споживчими властивостями, високими параметрами якості та послуг (кейтерингове обслуговування і т.д.); застосування автоматизованих систем контролю та управління, високоефективної контрольно-вимірювальної апаратури. В ресторанному господарстві найбільш часто застосовуються системи «R-KeererTMV6», D2, «ProfEat», «IC-PARUS: Ресторанне господарство/v. 2» [8].

Використання автоматизованої системи управління в ресторанах має низку переваг: здійснюється автоматичний облік, контроль за надходженням, списанням та рухом сировини, напівфабрикатів, готової продукції; налагоджується синхронний взаємозв'язок між усіма (модулями) підсистемами ресторану тощо. У цілому ж, застосування інноваційних процесів у діяльності закладів ресторанного господарства підвищує організаційно-технічний рівень виробництва, якість продукції та послуг, знижує енерго- та капіталовитрати, покращує умови відпочинку споживачів та праці персоналу.

Одним із основних підходів до підвищення привабливості підприємств ресторанного господарства є інвестиції в реальні та фінансові активи підприємства, що забезпечує його конкурентоспроможність та вартість.

Висновок. Отже, щоб посилити конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства, потрібно здійснювати інноваційну діяльність за її основними напрямками. Пропонується здійснювати оцінювання майбутніх об'єктів інвестування з допомогою методів як маркетингового, так і фінансового аналізу. Запропоновані шляхи сприятимуть більш чіткому уявленню керівництва підприємств готельного господарства про його інноваційний потенціал та основні шляхи його підвищення. Таким чином, інноваційна діяльність на багатьох вітчизняних підприємствах перебуває в стадії розвитку і здійснюється в складних умовах. Для підприємств усіх галузей господарства інновації на сучасному етапі стають актуальним засобом підвищення конкурентоспроможності, але успішне впровадження нововведень можливе тільки за підтримки держави, яка в нашій країні поки недостатня.

Список використаної літератури

1. Антонова В. А. Ресторанный бизнес: механизм и эффективность управления стратегическим развитием: монография / А. В. Антонова. – Донецк : ДонНУЭТ, 2009. – 277 с.
2. Малахова Н. Н. Инновации в туризме и сервисе / Н. Н. Малахова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – 244 с.
3. Kwan H. Competing globally with cost accounting (2011). University of Tennessee Thesis Projects [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : http://trace.tennessee.edu/utk_chanhonoproj/1429
4. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: Філософія, політика, ефективність : монографія / В. В. Пастухова. – К. : КНТЕУ, 2002. – 302 с.
5. Топольник В. Г. Оцінка персоналу ресторанного господарства : монографія / В. Г. Топольник. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 305 с.
6. ИКТ в ресторанном бизнесе – насущная потребность или опережение времени? [Электронный ресурс] // Cnews. – 2010. – Режим доступа : http://www.cnews.ru/reviews/free/trade2008/articles/restaurant_3.shtml
7. Инновации и успех в мире ресторанов [Электронный ресурс] // Entrepreneur. – 29 августа 2014. – Режим доступа : <http://www.psfk.com/2014/08/innovation-success-restaurants-translates-business-experiences.html>
8. Пять технологий, которые меняют ресторанный бизнес [Электронный ресурс] // Entrepreneur. – 20 ноября 2012. – Режим доступа : <http://www.entrepreneur.com/article/224332>
9. Ресторан будущего: украинец Дмитрий Костик создает глобальную сеть заведений с интерактивными столами [Электронный ресурс] // Ain. – 19 ноября 2015. – Режим доступа : <http://ain.ua/2015/03/19/568530>

References

1. Antonova, V. A. (2009) Restorannyy biznes: mehanizm i effektivnost' upravleniya strategicheskim razvitiem. Donetsk: DonNUET, 277 s.
2. Malakhova, N. N. (2010) Innovatsii v turizme i servise. Rostov-na-Donu: Feniks, 244 s.
3. Kwan, H. (2011) Competing globally with cost accounting [Internet]. University of Tennessee Thesis Projects. Available from: <http://trace.tennessee.edu/utk_chanhonoproj/1429>

4. Pastukhova, V. V. (2002) Stratehichne upravlinnya pidpnyemstvom: Filosofiya, polityka, efektyvnist'. Kyiv: KNTEU, 302 s.
5. Topol'nyk, V. H. (2011) Otsinka personalu restorannoho hospodarstva. Donets'k: DonNUET, 305 s.
6. IKT v restorannom biznese – nasushchnaya potrebnost' ili operezhnenie vremeni? (2010) [Elektronnyj resurs]. Cnews. Rezhym dostupu: <http://www.cnews.ru/reviews/free/trade2008/articles/restaurant_3.shtml>
7. Innovatsii i uspekhi v mire restoranov (2014) [Elektronnyj resurs]. Entrepreneur, 29 avhusta. Rezhym dostupa: <<http://www.psfk.com/2014/08/innovation-success-restaurants-translates-business-experiences.html>>
8. Pyat' tekhnolohiy, kotorye menyayut restorannyi biznes (2012) [Elektronnyj resurs]. Entrepreneur, 20 noyabrya. Rezhym dostupa: <<http://www.entrepreneur.com/article/224332>>
9. Restoran budushchego: ukrainets Dmytriy Kostyuk sozdaet global'nyu set' zavedeniy s interaktivnymi stolami (2015) [Elektronnyj resurs]. Ain, 19 noyabrya. Rezhym dostupa: <<http://ain.ua/2015/03/19/568530>>

Antonina Yakhter

INCREASING OF RESTAURANT ENTERPRISES COMPETITIVENESS BY IMPLEMENTATION OF INNOVATION ACTIVITIES

The major condition of speed-up progress of enterprises economic development is effective innovative policy, because dynamic economic development on the modern stage finally start to be based on innovations exceptionally and the consequences of that have strategically important character.

In the whole world innovative activity is examined today as one of the main terms of economy modernization. Applying of new technologies in productive industry, as practice shows, allows to carry out a quality breach in the world market of commodities and services.

We can distinguish the factors that restrain innovative processes: weak level of scientific and research base, unready of enterprises to master the newest scientific and technical achievements, shortage of information about new technologies, markets of sale; high economic risks, protracted terms of recoument of innovative projects; insufficient level of working out of legislative and legal documents; insufficient innovative development of technologies market.

For the increase of competitiveness of restaurant enterprises it is necessary to carry out activity in such directions as: upgrading of manufactured restaurant products; increase of labour productivity; optimization of structure of enterprise management; introduction of the newest technologies; equipping of workplaces with modern innovative and informative technologies, with progressive machinery etc., necessary for innovative activity implementation.

To strengthen the competitiveness of restaurant enterprises it is needed to carry out innovative activity after its basic directions. It is suggested to carry out the estimation of future objects of investing both with the help of marketing analysis and financial analysis methods. The offered ways will assist the hotel enterprises management to have more clear idea about its innovative potential and basic ways of its increase. Thus, innovative activity on many domestic enterprises is in the stage of development and is carried out in difficult conditions. For enterprises of all industries the innovation on the modern stage becomes actual means of competitiveness increase, but successful implementation of innovations may be carried out only with state support, that in our country is insufficient so far.

Keywords: competitiveness, innovation, restaurant enterprise.

Рецензенти: Л.М. Чепурда, д.е.н., професор, зав. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЧДТУ; І. П. Мігус, д.е.н., професор, зав. кафедри менеджменту та економічної безпеки Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького.