

ІННОВАЦІЇ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

В статті розглянуто нововведення у сфері ресторанного бізнесу та охарактеризовано деякі з них, що пропонуються в сучасних закладах ресторанного господарства. Досліджено основні тенденції у впровадженні інноваційних підходів до обслуговування споживачів. Виокремлено етапи на яких можуть впроваджуватися інновації в ресторанному бізнесі, починаючи від отримання замовлення і закінчуючи розрахунком з офіціантом. Більш детально розглянуто не виробничі інновації, в контексті надання послуг з організації харчування та не пов'язані з виробничим процесом. До найбільш важливих інновацій віднесено впровадження e-MenuBoard (тобто електронні меню), використання QR-коду для ознайомлення відвідувачів із рестораном та додатки SmartCellar або Uncorked для iPhone та iPad, які у майбутньому можуть повністю витіснити з ресторанів винні карти і сомельє.

Ключові слова: інновації, ресторан, e-MenuBoard, QR-код, додатки SmartCellar або Uncorked.

TOMALYA T. S.
Khmelnytsky National University**INNOVATION IN INSTITUTIONS OF RESTAURANT INDUSTRY**

The purpose of the article is a synthesis of possible innovation in the restaurant business in Ukraine and characteristic areas of their use in the restaurant business establishments. In the article the innovation in the restaurant business, and described some of them are offered in the modern restaurant business establishments. The basic trends in the implementation of innovative approaches to customer service, focus on the formation of a certain kind of products, music, restaurants association, encouraging clients. Thesis there is determined stages in which innovation can take root in the restaurant business, from receipt of order and ending with the expectation of a waiter. Determined that innovation in the restaurant business, on the one hand, can be described as productive and on the other - non-productive. More details are considered non-productive innovation in the context of the provision of catering and not related to the production process. Found that innovation play an important role in the development and competitiveness of establishments catering business. So owners need to develop and implement in the implementation of various innovative methods and technologies that would improve attendance and attracted an increasing number of potential customers to your establishment. The most important innovation attributed the introduction of e-Menu Board (electronic menu), use the QR-code, to familiarize visitors with the restaurant and applications SmartCellar or Uncorked for iPhone and iPad, which in the future can completely replace the restaurants wine list and sommelier

Key words: inovation, restoran, e-MenuBoard, QR-код, SmartCellar or Uncorked.

Постановка проблеми. Конкуренентоздатність підприємств ресторанного господарства дуже швидко змінюється. Традиційним бізнес-структурам погрожують компанії, що створюються, які, можливо, навіть не існували декілька років тому. В результаті, перспективним завданням власників закладів громадського харчування, яке потребує особливої уваги та швидкого вирішення, є введення інновацій і спроба перемогти в змаганнях, посилюючи свої ресурси.

Відвідувачі приходять до закладів харчування не тільки для того, щоб скуштувати вишукані страви, але одночасно і відпочити, поспілкуватися один з одним – отримати духовне і естетичне задоволення. Тому кожен ресторатор аби залучити як найбільше відвідувачів намагається підвищити рівень якості обслуговування. Для цього особливе значення приділяється інноваціям, які привертають до себе увагу клієнтів за рахунок неординарності пропозицій та загалом підвищують імідж ресторану.

За умови якісного та продуманого механізму впровадження, нові ідеї здатні значно збільшити кількість клієнтів, збільшити вартість одного замовлення та загальну прибутковість ресторану. Звичайно, що проводити певні зміни потрібно досить послідовно, але необхідно, тому обрану в дослідженні тему можна вважати актуальною.

Питанню введення інновацій в ресторанному бізнесі в тому або іншому аспекті присвячені дослідження Карсеніна В. та Ткаченко Т., Русавської В.А., П'ятницької Г.Т., Литвиненко Т.К., Бреус О.

Метою статті є узагальнення можливих інновацій в ресторанному бізнесі України та характеристика напрямів їх використання в діяльності закладів ресторанного господарства.

Виклад основної частини. Незважаючи на нестабільний економічний стан в українському суспільстві, заклади харчування користуються значним попитом порівняно з іншими місцями відпочинку чи засобами організації різноманітних заходів. Гнучка політика ресторанних підприємств дозволяє задовольнити бажання усіх людей. Але на фоні конкуренції, яка виникає в ресторанному бізнесі, все частіше постає питання відходу від традиційних методів обслуговування, кухні, розважальних заходів та очікуваного контингенту споживачів [1, с. 167].

Спостерігаючи тенденції у впровадженні інноваційних підходів до обслуговування споживачів можна відмітити наступні моменти:

1. Заклад ресторанного господарства, щоб зарекомендувати себе і якісно відрізнятись серед конкурентів, зазвичай робить акцент на розширенні асортименту певного виду продукції, в той же час

скорочуючи перелік інших страв і напоїв у меню. Це дозволяє закладу закупляти, виготовляти та реалізувати товари різної вартості; створювати постійний контингент споживачів і при цьому не втрачати старих клієнтів; орієнтуватися на смаки гурманів, що прийдуть знову; бути одним з перших, хто впроваджує нові ідеї в ресторанний бізнес. Прикладами такого формату обслуговування клієнтів в м. Хмельницькому є «Кльова кава» або кав'ярня «Цукерня», «Шпінгель».

2. Заклад має привертати клієнтів розмаїттям музичних супроводів та іншими мистецькими заходами на високому рівні, піднімаючи власний рейтинг і ціни на страви та напої, відповідно до статусу. Такі засоби використовуються у ресторані «Арена», «Сад на Європейській», у кафе «Мармелад» (м. Хмельницький).

3. Одна з передумов успіху ресторанного бізнесу – створення об'єднань закладів ресторанного господарства з частковою реорганізацією, внаслідок чого постає єдина мережа з однаковою кухнею та баром, традиціями та політикою. Це, в свою чергу, приносить дію «ефекту масштабу», економію на рекламі, економію часу та коштів на вирішення питань з державними органами, популяризацію одного закладу за рахунок успішної діяльності іншого. Такі мережі мають більше шансів на зростання, ніж поодинокі ресторани та кафе, наприклад, мережа «Піцерія Мрія», об'єднання ресторанів «Villa Rosa», «Фамілія», «Сад на Європейській».

4. Для заохочення клієнтів неабияке значення має введення системи знижок та спеціальних пропозицій у цінній політиці, запровадження заходів, що орієнтуються на певний контингент чи час роботи: знижки в нічний чи ранковий час, дні, коли готуються певні екзотичні або навпаки типові страви, знижки для студентів, пенсіонерів, дітей, школярів, людей з певними інтересами, чи знижки за виконання певних умов чи дій в ресторані. Це має, насамперед, соціальний ефект, оскільки часто головну роль відіграють не ціни, а цікавість людей та неординарність підходу.

В загальному вигляді інновації в перекладі з латинської мови – спрямовані зміни. Вони запроваджуються з метою підвищення ефективності діючої системи та отримання прибутку. В ресторанному господарстві наразі існує тенденція переходу до нових технологій обслуговування, починаючи від отримання замовлення і закінчуючи розрахунком з офіціантом. Всі вони пов'язані з впровадженням новітніх інформаційних технологій і здійснюються в декілька етапів.

Перший етап – замовлення цілої вечері або окремої страви. Раніше це стосувалося замовлення столиків або окремих місць в залі ресторану. Наразі найбільш ефективним є замовлення через мережу інтернет. Заклад ресторанного господарства в інтернеті на своєму сайті розміщує своє електронне меню; там також можна надавати інформацію про склад харчових продуктів, які використовуються для виробництва страви, масу виходу готової страви, фотографію її тощо. Замовлення передається на визначений замовником час з одномоментним бронюванням місця або столика в залі ресторану. При бажанні замовник може перерахувати авансовий платіж.

Другий етап – інновації в обслуговуванні гостя впроваджуються безпосередньо в ресторані. В залі ресторану розташовується електронно-інформаційне табло для надання інформації. Якщо гість прийшов без попереднього замовлення, то після прийому замовлення офіціантом та передачі його на виробництво на табло в залі висвітлюється кінцевий час виробництва всього замовлення (наприклад, двох чи більше страв) або окремої страви. В цьому випадку споживач має можливість визначитись із часом отримання замовлення, частково корегувати своє замовлення та спланувати кінцевий термін перебування в ресторані. Також він може звернути увагу на загальний час виробництва страви та здійснювати частковий контроль.

На третьому етапі поводить електронно-касове обслуговування гостей. Через мережу Інтернет замовник отримує на свій мобільний телефон загальну вартість за замовлення страви або проведення вечірки з визначенням додаткової суми сплати за якість обслуговування. Згідно із отриманим чеком від проводить оплату за допомогою електронної пластикової картки.

Тому підприємства ресторанного бізнесу вимушені впроваджувати найновітніші технології, методи та методики як на рівні управління закладом, так і на рівні обслуговування.

Інновації в ресторанному господарстві, з одного боку, можуть бути охарактеризовані як виробничі, а з іншого – невиробничі (рис. 1). Всі види інновацій у сфері ресторанного господарства надають певні переваги як виробникам продукції та послуг ресторанного господарства, так і споживачам.

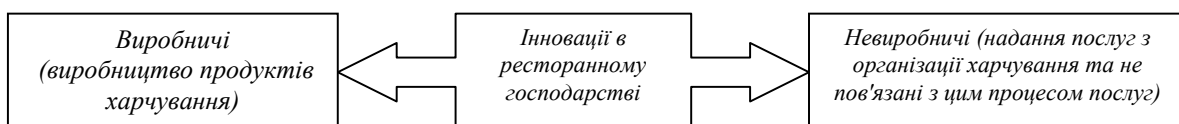


Рис. 1. Типи інновацій в ресторанному господарстві

Важливою інновацією є застосування сучасних інформаційних нанотехнологій, цифрової оргтехніки. Найважливішими заходами даного напрямку в сучасному просторі являються інформаційно-комп'ютерні технології, які розроблені для підприємств ресторанного господарства, дозволяють значно спростити, оптимізувати і прискорити цілий ряд рутинних, специфічних для цього бізнесу операцій. Також

однією з основних ІТ-інновацій для ресторанного бізнесу є впровадження комплексу web- і телекомунікаційних рішень для взаємодій з клієнтами.

Саме тому нині значно зросла кількість закладів, які намагаючись мінімізувати витрати часу на обслуговування, запроваджують так звані e-Menu (тобто електронні меню).

Тому з'явилася новинка в індустрії гостинності – сенсорні дисплеї меню e-MenuBoard. E-MenuBoard Systems – це Нью-Йоркська компанія, заснована в 2005 році, яка випустила на ринок інноваційні сенсорні екрани меню-дисплеї в якості альтернативи існуючим традиційним паперовим меню. В Японії аналогічну систему випускає компанія "Aska T3", а в Ізраїлі – компанія "Conceptic", корпорація "Microsoft" запустила систему Microsoft Surface, яка вже з'явилася в деяких готелях і казино США [1].

В 2012 році українська мережа ресторанів «Козирна карта» зацікавилася ідеєю сенсорних дисплеїв меню на XIII міжнародній виставці «Ресторан Експо Україна – 2012». А нещодавно в одному з ресторанів мережі в холі з'явилася електронне меню.

Сенсорні дисплеї e-MenuBoard працюють на основі операційної системи iPad або Android, а з бек-офісу системи можна управляти програмним забезпеченням. [2]

Електронне меню (e-Menu) – це інтерактивне меню, що дозволяє зробити замовлення страв за допомогою сенсорних екранів. Їх розміщують безпосередньо на столі відвідувача або біля нього, барній стійці або планшеті, який гостям під час обслуговування пропонує офіціант. Дане меню має ряд переваг, як для споживачів, так і власників закладів ресторанного господарства.

Так, споживач не чекаючи офіціанта може відразу зробити замовлення, самостійно та швидко отримати додаткову інформацію про кулінарну продукцію закладу: склад інгредієнтів, рецептуру, енергетичну цінність, спосіб приготування тощо.

Досить ефективним електронне меню є під час організації комплексних видів харчування, адже відвідувач за своїми смаком, з урахуванням калорійності страви, самостійно може скомплектувати сніданок, обід, вечерю.

Замовлення клієнтів миттєво надходить на кухню та адміністратору ресторану. При цьому ймовірність помилки в замовленні зводиться до нуля, що значно підвищує якість обслуговування та зменшує час виконання замовлення.

Програмне забезпечення e-Menu дозволяє відвідувачу під час очікування замовлення пограти в ігри, почитати новини, анекдоти, послухати музику або подивитися відео.

Електронне меню є аналогом паперового, який дозволяє власнику закладу в будь-який момент легко додати або виключити з асортименту необхідну страву або напій. При цьому більше не потрібно витратити час і гроші на дорогі послуги дизайнерів і друкарень кожен раз, коли потрібно доповнити або видозмінити меню. Система надає унікальну можливість самостійно здійснювати налаштування системи, в тому числі дизайн і елементи візуалізації. При цьому для повного налаштування e-Menu достатньо базових знань звичайного користувача ПК. Також відкриваються нові можливості для проведення рекламних акцій: можна ефективно представити свій бренд, представити асортимент фірмових страв і напоїв, а використання спеціальних модулів інтерактивного меню, що рекламують послуги партнерів (наприклад, салону краси або закупівельної продукції компанії-партнера) можуть стати додатковим джерелом доходу.

Багато аналітиків передбачають, що дуже скоро більшість ресторанів перейде на інтерактивне меню, переваги яких перед стандартними просто беззаперечні. Так, наприклад, в тель-авівському суши-ресторані «Frame» дохід від столиків, оснащених e-Menu, виріс на 11% в порівнянні зі звичайними [2].

Аналіз літературних джерел вказує на те, що використання e-Menu в закладах ресторанного господарства дозволяє значно збільшити кількість постійних відвідувачів та підвищити дохід закладу до 25 %.

Ще однією новацією є додатки для iPhone та iPad, які у майбутньому можуть повністю витіснити з ресторанів винні карти і сомельє. Так, додатки SmartCellar або Uncorked надають не тільки стандартну інформацію (про марку, вартості вина і вінтаж), а й дають докладний опис, рекомендації по поєднанню з їжею і т. ін. Так, наприклад, в ресторані French Laundry в каліфорнійській долині Напа винна карта тепер знаходиться в електронному вигляді прямо iPhone. Представники закладу заявляють, що створили віртуальну винну карту для того, щоб підвищити свій рівень екологічної відповідальності. Адже роздруківка винних карт кожен день - це витрачання паперу, і в кінцевому рахунку, природних ресурсів, тобто деревини [6].

Для любителів вина вже створені спеціальні iPhone/iPad додатки, за допомогою яких, наприклад, можна швидко сфотографувати в ресторані пляшку вина і, оцінивши його смак, написати пару заміток, а потім зберегти інформацію в своєму віртуальному погребі. Це і Vivino, Hello Vino.

Всі ці мобільні платформи користуються все більшою популярністю серед не тільки професійних дегустаторів, сомельє та виноробів, а й серед звичайних любителів та цінителів вина.

Особливої уваги заслуговує винахід QR-коду – двомірного штрих-коду, що відкрив нові необмежені можливості для on-line взаємодії компаній і споживачів. У маленькому яскравому квадратному лабіринті QR-коду можна запрограмувати всі відомі інновації ресторанного бізнесу, а також безліч нових можливостей. Аббревіатура QR перекладається з англійської як «швидкий доступ», а сам матричний код

здатний утримати величезний обсяг інформації у вигляді тексту, цифр, URL-адрес, календарів, схем, зображень.

Швидкість розпізнавання QR-коду дуже висока, його можна розміщувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню і закінчуючи різними вивісками і навіть розтяжками. Сканувати ж його можна мобільним телефоном або відеокамерою ноутбука. QR-код, розміщений на врученому гостю рахунку, – це дивовижний рекламний хід. У яскравому квадратіку можна закодувати історію ресторану або готелю, походження, вік, авторство унікальних деталей інтер'єру і картин тощо. Відвідувачі з задоволенням вивчать меню закладу з докладною інформацією по кожній страві, склад і походження інгредієнтів, етапах і способах обробки, поживності і калорійності; переглянуть весь спектр послуг, запропонованих в готелі і оберуть зручні для себе. Завдяки розміщеній в QR-коді інформації про час роботи закладу і контактів, обов'язково збільшиться кількість замовлень в офісі і додому.

За допомогою QR-коду готельно-ресторанний комплекс може оповіщати своїх гостей про акції, лотереях, розіграшах, активізувати програми лояльності, влаштовувати голосування, інтерактивні опитування і швидко отримувати відгуки про ресторан і готель від гостей. Відвідувач, відсканувавши QR-код ресторану і внісши в календар свого телефону інформацію про зацікавив подію або призначеної зустрічі, вже ніколи про них не забуде.

Висновки. У зв'язку з тим, що через збільшення попиту споживачів на заклади громадського харчування з кожним роком відкривається все більше підприємств ресторанного бізнесу, то новим власникам потрібно розробляти і продумувати свою діяльність таким чином, щоб утримувати конкуренцію з поміж інших аналогічних закладів. На сьогоднішній день таке нововведення, як заклади з кухнями різних національностей та цікавий інтер'єр, є не досить актуальним. Тому власникам потрібно розробляти і впроваджувати в реалізацію різні інноваційні методи та технології, які б покращували відвідування та залучали все більшу кількість потенційних споживачів до свого закладу. В сучасних закладах ресторанного господарства привабливими є не лише різні страви та напої, але й інноваційні послуги, зручності, доброзичлива атмосфера, відпочинок, музичний супровід. А використання закладами ресторанного господарства у своїй роботі таких інновацій, як e-MenuBoard, QR-код та додатків SmartCellar або Uncorked, дозволить значно ефективніше організувати роботу працівників ресторану, отримати додатковий прибуток та значні переваги у конкурентній боротьбі.

Література

1. Алексеев Д. Успешный ресторан-эмоций и расчет / Д. Алексеев // Ресторанные ведомости. – 2012. – № 5. – С. 165–169.
2. Apryl Ch. Th. Look At Technology / Apryl Chapman Thomas // Southern Hospitality Magazine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.southernhospitalitymagazine.com/feature_2_spr08.html
3. Карсенін В. Проблеми розвитку ресторанного господарства в Україні / В. Карсенін, Т. Ткаченко – К. : Економіка України, 2011. – С. 41–46.
4. Литвиненко Т. К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т. К. Литвиненко – К. : Знання. – 2011. – 215 с.
5. П'ятницька Г. Інноваційні ресторани технології : основи теорії : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Г. П'ятницька, Н. П'ятницька. – К. : Кондор-Виробництво, 2013. – 250 с.
6. ПО для ресторанов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://microinvest.su/RU/Microinvest-Order-Assistant-для-Android>

Надійшла 01.11.2016; рецензент: д. е. н. Ковальчук С. В.