

Список використаних джерел

1. Ананд С. В. та Сельварай М. (2012). Вплив якості послуги на задоволеність та лояльність споживачів в індійському банківському секторі: емпіричне дослідження за допомогою SERVPERF. Міжнародний журнал менеджменту та бізнес-дослідження, 2 (2): 151-163.
2. Ендрю, М. Ф. та Джон, М. Р. (2009). Факторний аналіз та дискримінаційна дійсність: короткий огляд деяких Практичні питання. Конференція Академії маркетингу в Австралії, Нова Зеландія, 1-9.
3. Березан, О., Рааб, К., Йо, М., і Любов, С. (2013). Стійкі готельні практики та національність: вплив на задоволеність гостей та намір гостей повернутися. Міжнародний журнал гостинності управління, 34: 227-233

Вікторія Ткач

д.е.н., професор,

Одеська національна академія харчових технологій

Поліна Ведерникова

студентка,

Одеська національна академія харчових технологій

**ЕКОНОМІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА СУЧАСНІ ІННОВАЦІЇ НА РИНКУ
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ**

Анотація. Дана стаття присвячена аналізу головних інноваційних ідей, технологій і рішень, які існують на ринку ресторанного господарства.

Ключові слова: інноваційні технології, ресторанний бізнес, концепції, інноваційний потенціал, бізнес-моделі.

Постановка проблеми. Необхідно приділяти особливу увагу впровадженню інновацій на підприємствах ресторанного господарства в період становлення цифровізації, що дозволить залучити нових потенційних клієнтів і утримувати вже наявних.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Окремим аспектам інноваційних технологій в ресторанному бізнесі присвячені дослідження вітчизняних науковців, серед яких: В. О. Волощук, Л. І. Гірняк, О.І. Ізмайлов, Л.І. Решетило, Т. В. Шепель, однак, існує ряд питань, які потребують додаткового вивчення, зокрема, впровадження інноваційних технологій на сучасному етапі розвитку ресторанного господарства.

Метою статті є аналіз теоретичних та практичних аспектів інноваційних технологій ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ресторанний бізнес на сьогоднішній день є вкрай привабливим і інновації стають обов'язковим елементом для залучення й утримання споживачів, чия вибірковість і вимогливість постійно і неухильно зростає. Нові та унікальні технології неминуче привертають увагу громадськості: виробників з точки зору можливості

підвищення організаційної та виробничої ефективності, споживачів - для максимізації корисності і задоволення своїх потреб. За даними Державної служби статистики у 2018 р. в Україні налічувалось 53 558 закладів, що здійснюють діяльність із забезпечення стравами та напоями [1]. Саме тому застосування інновацій на рівні зі смачною кухнею, сервісом і атмосферою є сьогодні ключовим фактором успіху.

Інновації носять світової характер, їх намагаються створити першими в кожній країні світу, безумовно, враховуючи інноваційний потенціал та наявні кошти, лідерами унікальних технологій, що застосовуються в ресторанному бізнесі є Нью-Йорк, Лондон, Сідней. Їх новаторський потенціал величезний, а технології дозволяють створювати нові ідеї.

На рис. 1.1, на думку західних дослідників індустрії, а так само безпосередньо бізнесменів і рестораторів Сполучених Штатів, зображені найважливіші напрями, в яких в найближчому майбутньому повинні розвиватися технології [2]. Це ті напрями, в яких більшою мірою очікуються інноваційні рішення.

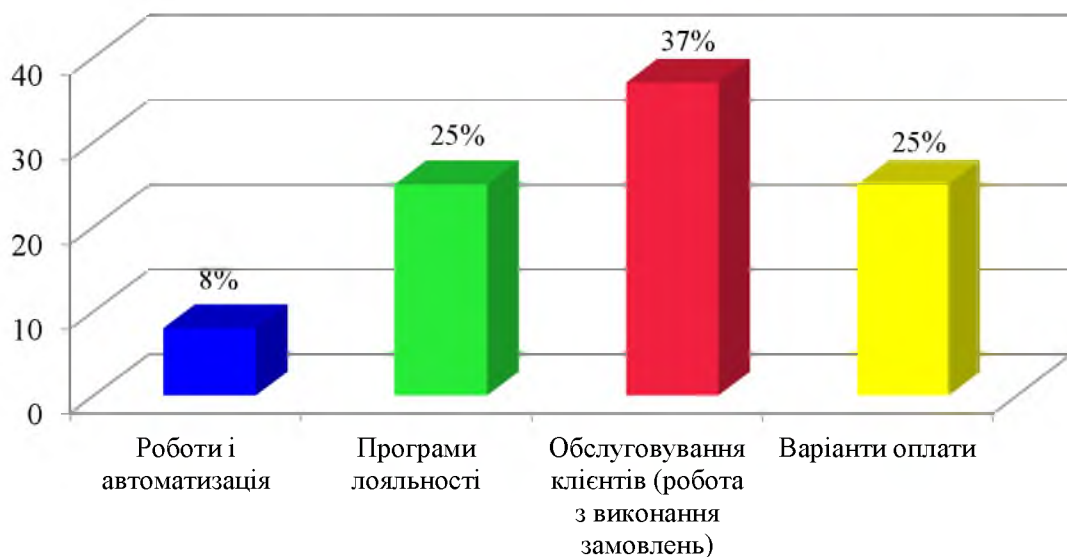


Рис. 1.1 – Найбільш важливі напрями технічного розвитку в ресторанному бізнесі на найближчі 5 років [2]

Розглянемо інноваційні розробки, на які варто звернути увагу:

- робототехніка: кухонні роботи, які готують страви, доставляють замовлення на столи і прибирають. Їх мета - не замінити людей, а звільнити їх для виконання більш важливих завдань і більш цілеспрямованого обслуговування клієнтів;

- голосова активація: такі помічники, як «Siri», «Google Assistant», а також інші системи можуть використовуватися в ресторанній індустрії. Клієнти можуть взаємодіяти з голосовим управлінням, дозволяючи співробітникам виконувати замовлення з повною точністю. Можливості голосової активації величезні;

- QR-код - двомірний штрих-код відкриває нові необмежені можливості для online взаємодії компаній і споживачів. 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. Сканувати ж його можна мобільним телефоном або відеокамерою ноутбуку;

- електронне інтерактивне меню для барів, кафе, ресторанів: на столах замість звичайних папок або листівок з переліком страв встановлюються невеликі планшети, користуючись якими, клієнт зможе з легкістю обрати страву, оформити замовлення, викликати офіціанта або адміністратора. Ці планшети, як правило, мають максимально прості функції, однак такі інновації в ресторанному бізнесі приваблюють багатьох клієнтів. Інтерактивне електронне меню стає каналом зв'язку зі споживачами і дозволить адміністрації швидко редагувати меню і вносити в нього нові страви. Для клієнтів відвідування ресторану, що використовує таке меню, дозволяє: підібрати з карти вин закладу вино за ціною, роком, регіоном, букетом, а потім вибрати до нього страву з меню, підрахувати калорійність тих чи інших страв, при виборі страв одразу бачити остаточний чек замовлення, в очікуванні замовлення пограти в ігри, почитати новини, вийти в Інтернет;

- інтерактивні столи: на відміну від звичайного і простого столу, на інтерактивному можна зробити замовлення, яке набагато швидше дійде до кухні, а також змінити оформлення стільниці. Для того, щоб було ще цікавіше, в програму столу можна запустити настільні ігри, що істотно збільшить приплив відвідувачів, тим самим збільшить прибуток ресторану;

- інтерактивні барні стійки. Досить встановити на неї келих, як він відразу підсвітиться яскравим світлом. Кілька келихів утворюють на поверхні стійки ефектну ілюмінацію: круги та інші абстрактні фігури. Варто відзначити, що також така барна стійка відмінно підійде як для розміщення реклами продукту, що просувається, або акцій, так і для проведення різного роду змагань і трансляції спортивних матчів [3].

В світлі останніх подій ресторанний бізнес змушений налаштуватися під нові реалії у зв'язку з пандемією COVID-19. Технології, які скорочують кількість контактів і прискорюють транзакції, стануть ключовим напрямком у даній ситуації:

- системи безконтактних платежів: мобільні гаманці і карти «Tap-and-Pay» існують вже багато років. Тепер ця технологія використовується для зменшення кількості транзакцій між людьми і уповільнення поширення вірусу через готівкові та пластикові кредитні карти. Додавання цього варіанту оплати підвищує безпеку гостей і дозволяє споживачам знати, що їх благополуччя є головним пріоритетом;

- безконтактна доставка замовлень: першими затребуваність безконтактної доставки випробували в Китаї. «Meituan» - найбільший азіатський постачальник

їжі презентував послугу в місті Ухань ще в кінці січня. До початку лютого 2020 року з використанням безконтактної технології замовлення склали 80% від усіх замовлень компанії. Незабаром до «Meituan» приєдналися «McDonald's», «Starbucks», «KFC», «Pizza Hut» і інші. Слідом за Китаєм безконтактно стали доставляти в усіх країнах, де виявився COVID-19. Послуга з'явилася у «Deliveroo», «Glovo», «Postmates», «UberEats», «Instacart», «Just Eat», «Zomato», «Swiggy». Аналогічна послуга доступна і в Україні в рамках сервісу «Raketa»;

- віртуальні подарункові карти: надійні програми подарункових карт можуть збільшити дохід і залучити нових клієнтів. Але замість того, щоб роздавати фізичні карти, віртуальні можливості усувають необхідність особистого контакту;

- презентери цифрових чеків: ці мобільні пристрої дозволяють відвідувачам самостійно оформляти замовлення на обслуговування столиків за допомогою вбудованого процесора кредитних карт. Гості можуть швидко сканувати, натискати або вставляти свій чіп прямо зі столу, запобігаючи потраплянню на карту забруднюючих речовин [4].

COVID-19 може назавжди змінити ресторанну індустрію. Але в міру того, як все більше людей повертаються до нормального життя і знову починають відвідувати заклади, підприємства можуть використовувати технології для зміцнення довіри клієнтів, збільшення прибутку і пошуку нових способів безпечного обслуговування гостей.

Підводячи підсумки можна підкреслити, що всі представлені сервіси в першу чергу націлені на економію часу та безпеку клієнтів. Для великих мегаполісів, де темп життя дуже високий ці ідеї особливо актуальні. Бізнес-моделі привертають увагу тим, що велика частка клієнтів стає лояльними, а так само широким спектром різноманітних каналів з залучення споживачів.

Таким чином, інновації в ресторанному бізнесі в першу чергу спрямовані на:

- автоматизацію та мінімізацію ручної праці;
- підвищення якості і швидкості обслуговування клієнтів;
- побудову сильного бренду;
- довгострокові перспективи;
- стимулювання конкуренції і підвищення конкурентоспроможності закладів і галузі в цілому.

Висновки. Вітчизняний ресторанний ринок тільки формується. Тому будь-який його сегмент можна вважати перспективним. На сьогоднішній день всі нововведення є запозиченими з західного досвіду. Велику частину технологій, які активно застосовуються в Європі чи Сполучених Штатах, в Україні ще тільки належить впровадити і засвоїти. Таким чином, можна припустити, що в найближчому майбутньому в світі з'явиться ще одне покоління інноваційних технологій для підвищення ефективності роботи закладів ресторанного господарства, для удосконалення процесу обслуговування відвідувачів, для прискорення і мінімізації помилок при виконанні замовлень. Особливий акцент доцільно зробити на розвиток мобільних технологій, так як

сьогодні люди частіше користуються своїми смартфонами. Життя з кожним роком стає все швидше і швидше, і для того, щоб встигати за його стрімким темпом, необхідне використання інновацій.

Список використаних джерел

1. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2010–2018 роках [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Annika Stensson Mapping the Restaurant Technology Landscape / Annika Stensson // Restaurant Innovation Summit - September 15, 2016 [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://www.restaurant.org/downloads/events/ris/ris/ris16_techresearch
3. Еволюція ресторанних технологій [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.restaurant.org/articles/news/restaurant-tech-evolution>
4. Ресторанні технології для поліпшення бізнесу у зв'язку з COVID-19 [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.restaurant.org/articles/news/restaurant-tech-to-improve-business-after-covid-19>

Вікторія Ткач

д.е.н., професор,

Одеська національна академія харчових технологій

Яна Велігурська

студентка,

Одеська національна академія харчових технологій

ВПРОВАДЖЕННЯ НАССР В РЕСТОРАН ПРИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ КОМПЛЕКСІ В ГРК «АРКАДІЯ» М.ОДЕСА

У статті наведено характеристику та аналіз ринку готельно-ресторанних послуг регіону та аналогічних закладів світу, результати досліджень попиту та аналіз конкурентів. На основі цих досліджень розроблено концепцію та сформовано Проект впровадження НАССР в ресторан при готельно-ресторанному комплексі "Аркадія" в м. Одеса".

Готельно-ресторанний комплекс «Аркадія» - це один з найбільших КРГ в Одесі (276 номерів). У готелі є ресторан «Аркадія», що обслуговує як постояльців готелю так і всіх бажаючих. Зал розрахований на 80 посадочних місць.

Ресторан пропонує сніданки, обіди та вечері за комплексним меню.

Основна ідея статті – впровадження стандартів НАССР в роботу ресторану. НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points) – це система аналізу ризиків, небезпечних чинників і контролю критичних точок. Система НАССР є науково обґрунтованою, що дозволяє гарантувати виробництво безпечної продукції шляхом ідентифікації й контролю небезпечних чинників.