

## **ВИДИ ТА СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Сучасні умови господарювання підприємств ресторанного бізнесу характеризуються жорсткою конкурентною середою, для створення переваг в якій необхідно використовувати інновації, у зв'язку з цим необхідно класифікувати та відрізнити найбільш актуальні інновації в цій сфері бізнесу.

Найважливішими інноваціями в ресторанній справі є інформаційно-комп'ютерні технології, які розроблені спеціально для підприємств ресторанного господарства. Вони дозволяють значно спростити, оптимізувати і прискорити цілий ряд рутинних, специфічних для цього бізнесу операцій. Проте їх розповсюдженню в Україні заважають, по-перше, не насиченість попиту на послуги ресторанного господарства, по-друге, низька технологічна культура населення [35, с. 205].

Зручність автоматизації та інформатизації процесів в ресторанному господарстві актуальна не тільки з точки зору підприємства, а й з позицій клієнта, так як інформаційні системи дозволяють більш оперативно працювати з розрахунками клієнтів, черговістю обслуговування, забезпеченістю пропонованого меню всіма необхідними інгредієнтами [20, с. 404].

Однією з основних ІТ-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 [20, с. 404]. Успішність цієї високотехнологічної послуги визначається вимогою вичерпного характеру інформації та можливостей, що надаються клієнту дистанційними інтерактивними системами. Тобто сайт або мобільний додаток не повинен містити застарілої інформації про ціни, інформацію

про відсутні на даний момент страви, а також містити якомога менше «неактивних» елементів, виключно ознайомчого характеру. Такі системи повинні підтримуватися професійними call-центрами, які зобов'язані надати будь-яку допомогу клієнтові у формуванні замовлення, повідомити про орієнтовний час доставки і т.д. [34, с. 72].

Багатообіцяючим напрямком використання web- і телекомунікаційних технологій є технології з нарощування потоку клієнтів ресторанів і непрямой реклами ресторанних закладів. Суть такої технології – в розміщенні поблизу ресторанів RFID-міток, які можуть прочитуватися спеціальними портативними пристроями за допомогою Wi-Fi, Bluetooth або мобільного зв'язку. Відбувається зв'язок з сервером, на якому зберігається найрізноманітніша інформація про даний ресторан. Відповідна інформація далі може бути передана в спеціальному додатку на мобільний телефон можливого клієнта. Таким чином, власник даного пристрою, наприклад, стоячи в пробці, отримує можливість переглянути меню зареєстрованого та розташованого поблизу ресторану, дізнатися про наявність вільних місць, систему знижок і бонусів і т.д. [20, с. 405]. Подібні технології дозволяють також економити ресторану на рекламі: потреба в рекламних щитах відпадає, якщо ресторан автоматично детектується мобільним телефоном, коли його власник проїжджає повз заклад харчування на автомобілі [33, с. 23].

Також важливими є інновації в сфері будівництва ресторанних господарств та їх облаштуванні згідно нових тенденцій і вимог. До екологічних та енергоощадних інновацій можна віднести такі процеси: розроблення і випуск нових екологічно чистих продуктів і створення потужностей для їх виробництва, розроблення різних варіантів використання нових і поновлюваних джерел енергії [36, с. 17].

Іншою групою інновацій є інновації в приготуванні страв чи зміні їх смакових та інших властивостей в порівнянні із класичним блюдом. Так у Великобританії в м. Лондон існує бар «Compas & Part», який відрізняється

оригінальною подачею алкогольних коктейлів своїм відвідувачам. Відвідувачі надягають спеціальний костюм і вдихають хмару з джин-тоніка. 40 хвилин такого вдихання дорівнює одній порції коктейля. Формують хмару з джин-тоніка за допомогою спеціального обладнання, перетворюючи напій у пар.

Ще однією групою інновацій є маркетингові, наприклад, невеликий ресторан французької кухні в Камбраї (Франція) з назвою «Le Petit Chef» (Маленький шеф-кухар) відразу знайшов «всесвітню» популярність, завдяки креативному підходу до роботи з відвідувачами. Власники даного закладу вирішили, що гості в очікуванні замовлення не повинні нудьгувати і щоб чимось відволікти відвідувачів, над кожним столиком повісили проектор, який створює на білій скатертині справжню віртуальну реальність. Суть даної проекції полягає у тому, що символ ресторану «маленький шеф» намагається приготувати різні страви прямо на очах клієнтів. Саме «шоу» розпочинається тоді, коли гості очікують на своє замовлення, на їх столах з'являється маленький шеф-кухар, який готує прямо на їх тарілках. Маленький кулінарний майстер розводить багаття, перетворюючи тарілку в гриль, смажить м'ясо, бензопилою зрізає дерево броколі, гігантською виделкою незграбно відганяє набридливу комаху, в результаті чого спалює страву.

**Список літератури:** 1. Федченко Л.А. Інновації в туризмі / Л.А. Федченко. К.:2005. – 220 с. 2. Слепокуров А.С. Геоэкологические и инновационные аспекты развития туризма в Крыму / А.С. Слепокуров. – Симферополь: СОНАТ, 2000. – с. 79. 3. Давидова О. Ю. Інформаційно-комп'ютерні інновації в ресторанному бізнесі / О. Ю. Давидова, Н. В. Полстяна // Комунальне господарство міст. – 2012. – № 106. – с. 403-408. — (Серія "Економічні науки"). 4. Севастьянова С.А. Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства: навчальний посібник / С.А. Севастьянова. – М.: КНОРУС, 2007. – 250 с. 5. Фостолович, В.А. Екологічні інновації – джерело ефективного управління підприємством / В.А. Фостолович // Облік і фінанси АПК. – 2009. – № 3. – с. 176-179.