

ІННОВАЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Власникам ресторанів добре відомо, що всього 20% постійних клієнтів можуть їм забезпечити близько 80% прибутку. Але щоб утримати своїх постійних клієнтів і залучити нових, то часто стильного інтер'єру та якісної смачної їжі буває недостатньо. Доводиться впроваджувати інновації в ресторанному бізнесі, здійснювати маркетингові кроки, які зможуть залучити відвідувачів і змусити їх відвідувати саме цей ресторан.

Прикладом може служити така обставина – кілька років тому досить вдалим нововведенням в ресторанах вважалася можливість викликати таксі клієнтові або забронювати столик по телефону. Трохи пізніше в число наймодніших ресторанів входили такі ресторани, які виконували замовлення з доставкою додому, а також ресторани в яких при участі в різних конкурсах можна було виграти досить пристойну знижку на обслуговування або вечерю на дві персони.

Інформаційні технології, які різко змінили наше життя, змогли внести новий креатив та інновації в ресторанний бізнес. На сьогоднішній день, більшість туристів і жителів міст віддадуть перевагу тому ресторану, кафе або бару, які мають безкоштовний wi-fi. У цьому випадку, в очікуванні замовлення, клієнт зможе попрацювати, перевірити свою електронну пошту, ознайомитися з новинами або поспілкуватися зі своїми друзями в мережі Інтернет [1, с. 73].

Дуже часто ресторани приваблюють увагу клієнтів таким сервісом як тепан-шоу, коли на очах клієнта і навколишньої публіки тепан-кухар створює яке-небудь фірмове блюдо. Але тут є невеликий мінус – далеко не всім подобаються запахи кухні і вид кухонного посуду. Сьогодні науково-технічний прогрес пропонує тепан-інновації ресторанного бізнесу – поруч із робочим

місцем кухаря встановлюється відеокамера, а за діями кухаря по монітору спостерігають тільки ті відвідувачі, яким така дія подобається.

У той час, коли знавці сперечалися на тему наскільки шкідливий чи корисний новий винахід від Apple, iPadi змогли стати революційним нововведенням у сфері ресторанного бізнесу, замінивши собою такі колись звичні і незамінні гробухи-меню.

Від цього нововведення виграли як відвідувачі, так і самі ресторатори. Інтерактивне меню стало сполучною ланкою між відвідувачами і рестораторами, і дало адміністрації ресторанів можливість в стислі терміни редагувати своє меню та вносити до нього нові страви. У свою чергу, для багатьох клієнтів відвідування ресторану можна порівняти з грою, яка дає можливість:

1. В очікуванні замовлення перебувати в мережі Інтернет.
2. При виборі страв відразу побачити остаточну вартість замовлення.
3. Підібрати з карти вин ресторану вино за ціною, регіоном тощо, а потім підібрати до нього страви з представленого меню.
4. Підрахувати калорійність обраних страв [2, с. 10].

Винахід QR-коду – двомірного штрих-коду, дав можливість для спільної on-line взаємодії між компаніями та споживачами. У невеликому квадратному лабіринті QR-коду можна легко запрограмувати всі відомі нововведення ресторанного бізнесу, а також безліч інших можливостей.

З англійської мови абревіатура QR перекладається як «швидкий доступ», а сам матричний код може утримати велику кількість інформації у вигляді цифр, тексту, схем, зображень, календарів URL-адрес. Швидкість розпізнавання QR-коду дуже висока, що дає можливість розміщувати його на будь-яких носіях, починаючи від меню і касових чеків і закінчуючи різними вивісками. Також цей код можна сканувати камерою ноутбука або камерою мобільного телефону [3].

Розміщений на рахунку клієнта QR-код можна по праву вважати хорошим рекламним ходом. У квадратику QR-коду можна закодувати всю

історію ресторану, його походження, авторство картин і деталей інтер'єру. Відвідувачам ресторану надається можливість вивчити меню ресторану і ознайомитися з докладною інформацією про кожну страву - її склад і походження кожного інгредієнта, етапах приготування, калорійності і поживності.

Інформація, розміщена в QR-коді про режим роботи ресторану і контактні дані, в обов'язковому порядку збільшить кількість замовлень додому та в офіси. За допомогою QR-коду ресторан матиме можливість ознайомити своїх клієнтів про акції, що проводяться, розіграші, лотереї. Також такий код дає можливість активувати різні програми лояльності, влаштовувати інтерактивні опитування, проводити голосування і при цьому швидко отримувати відгуки про діяльність ресторану від клієнтів [3].

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 тощо.

Список використаних джерел

1. Борисова О.В. Показники ефективності інноваційної політики підприємств ресторанного господарства / О.В. Борисова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: [зб. наук. праць]. – Харків: ХДУХТ, 2009. – С. 72 – 77.
2. П'ятницька Г. Сучасні проблеми інноваційного розвитку ресторанного господарства України / Г. П'ятницька, О. Григоренко // Вісник КНТЕУ. – 2005. – №1. – С.5 – 11.
3. Чернобай Л.І. Сутність і специфічні особливості інновацій в системі управління / Л.І. Чернобай, П.Б. Кишеня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://investycii.org/investuvanya/konferentsiji/problemy-formuvanya-ta-rozvytku-inovatsijnoji-infrastruktury/sutnist-i-spetsyfichni-osoblyvosti-inovatsij-v-systemi-upravlinya.html>.