

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Досліджено роль Інтернет-технологій у ресторанному бізнесі, охарактеризовано окремі види Інтернет-інновацій, які застосовуються для підвищення ефективності функціонування закладів ресторанного господарства.

Ключові слова: Інтернет-технологія, ресторанний бізнес, Wi-Fi, IP-камера, тепан-шоу, онлайн-бронювання, електронне меню, QR-код.

Shaleva O.

APPLYING OF INNOVATIVE INTERNET TECHNOLOGIES IN THE RESTAURANT BUSINESS

The role of restaurant's Internet technologies is probed in this article. The separate types of Internet innovations, which are used for the increase of efficiency of the restaurant business functioning are characterized.

Keywords: Internet technologies, restaurant business, Wi-fi, IR-camera, teppan-show, on-line-reserving, electronic menu, QR-code.

Вступ. Потреби людей у харчуванні є особливо нагальними і життєво необхідними. З розвитком суспільства задоволення зростаючих потреб тільки особистою працею, на основі домашнього господарства, стає неможливим. Таким чином виділилася сфера діяльності, основним завданням якої є організація харчування людей за межами своєї оселі (за місцем роботи, навчання, відпочинку, під час подорожі тощо).

За загальним визначенням ресторанний бізнес – це економічна діяльність, метою якої є одержання прибутку шляхом створення усіх необхідних умов для задоволення потреб клієнтів у комфортному і якісному прийманні їжі

В умовах переходу до ринкової економіки ресторанний бізнес перебуває на складному етапі в результаті здійснення в Україні економічних реформ, не завжди послідовних та ефективних. Однак, саме у цій сфері підприємницької діяльності, раніше від інших сфер господарювання повинні реалізуватися елементи ринкового механізму: конкуренція, боротьба за споживача, розширення асортименту, продукції і видів послуг.

Характерною рисою сучасного суспільства є активне застосування в економіці та перспективне домінування інформаційно-комунікаційних технологій. Завдяки цим технологіям, зокрема їх Internet-компонентам, значна кількість компаній, у тому числі в сфері ресторанного бізнесу набувають суттєвих конкурентних переваг і отримують можливість ефективного виходу на національні та глобальні ринки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сфері ресторанного бізнесу є ряд вагомих розробок, серед яких можна виділити праці Архіпова В. В., Калашникова О. Ю., Карпенка В. Д., Мостової Н. О.,

Нечаюк Л. І., Новикової О. В., П'ятницької Г. Т., Сірого В. М. та інших. Проте особливості та переваги застосування Інтернет-технологій у діяльності цього сегменту залишаються практично недослідженими.

Постановка завдання. Метою цієї статті є аналіз основних форм застосування Інтернет-технологій на підприємствах сфери ресторанного бізнесу та дослідження досвіду їх запровадження у вітчизняній та закордонній практиці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Закон Парето, відповідно до специфіки його застосування його у ресторанному бізнесі, вказує, що лише 20% відвідувачів здатні забезпечити власникам закладу 80% прибутку. При цьому щоб утримати постійних відвідувачів і привабити нових в умовах жорсткої конкуренції якісної смачної їжі та стильного інтер'єру вже недостатньо. У цьому випадку отримання додаткових конкурентних переваг ефективно забезпечує впровадження інноваційних Інтернет-технологій.

На сьогоднішній день найбільш популярною технологією такого типу є застосування у ресторанах закладах безкоштовного Wi-Fi. Це дозволяє відвідувачам в очікуванні замовлення працювати, переглядати новини, спілкуватися з бізнес-партнерами чи друзями.

Wi-Fi (Wireless Fidelity) – це сучасна технологія бездротового доступу в Інтернет, що найбільш динамічно розвивається. Доступ до мережі за технологією Wi-Fi здійснюється за допомогою спеціальних радіоточок доступу. Підключитися до мережі Wi-Fi можна за допомогою ноутбуків і мобільних пристроїв, оснащених спеціальним устаткуванням. На сьогоднішній день практично всі сучасні портативні та кишенькові комп'ютери є Wi-Fi-сумісними.

Однак власники не нових мобільних ПК також можуть легко використати цю технологію, встановивши в PCMCIA-слоти своїх комп'ютерів спеціальні Wi-Fi-картки.

Однією з головних переваг будь-якої Wi-Fi-мережі є можливість доступу до Інтернету для всіх її користувачів, яка забезпечується або прямим підключенням точки доступу до Інтернет-каналу, або підключенням до неї будь-якого сервера, під'єданого до Інтернет. В обох випадках мобільному користувачеві не потрібно нічого самостійно налаштувати – досить запустити браузер і набрати адресу будь-якого Інтернет-сайту.

Суттєво зекономити час на пошук місця для відпочинку чи проведення певного заходу дозволяє онлайн-бронювання. Так, в Україні діє сервіс Stolik.ua, який дає змогу через мережу Інтернет замовити місце у рестораних закладах Києва (82 об'єкти), Львова (82), Дніпропетровська (5), Вінниці (39), Ялти (2), Одеси (3), Кривого Рогу (1).

Для того, щоб забронювати столик, потрібно зайти на відповідний сайт (<http://stolik.ua>) і вибрати необхідні параметри – населений пункт, ресторан, бажаний час відвідування, кількість персон. Обрати заклад та конкретне місце можна за різними критеріями (табл. 1).

Програма також дає змогу вести статистику заповнення закладу за певний період, а вище згадуване інформування про новини й акції сприяє інтенсифікації потоків відвідувачів.

Онлайн-бронювання застосовує і відомий американський сервіс Groupon – американський сервіс колективних знижок, який охоплює 41,7 млн. користувачів у 48 країнах. Тепер користувачі мережі Groupon можуть зарезервувати столик зі знижкою в 40% у більш ніж 500 закладах у 10-ти містах США, включаючи Нью-Йорк, Бостон, Лос-Анджелес, Сан-Франциско. Послуга входить до розділу Groupon Reserve, який займається просуванням товарів і послуг преміум-класу.

Оригінальним маркетинговим ходом, який дозволяє переконатися у тому, що заклад дотримується стандартів виготовлення страв, забезпечує їх високу якість, а також оперативно дослідити враження споживачів і бізнес-партнерів є запровадження режиму так званої відкритої кухні. При цьому відвідувачі мають змогу бачити через спеціальне вікно, як працюють кухарі. Подальшим етапом розвитку такої інновації є встановлення на кухні IP-камер, які дозволяють спостерігати за роботою закладу в режимі реального часу через ме-

Таблиця 1

Критерії вибору при онлайн-бронюванні місць за допомогою сервісу Stolik.ua

№ з/п	Критерій вибору	Можливі варіанти вибору
1	Кухня	Українська, японська, польська, італійська, угорська, чеська, грецька, тайська, іспанська, російська, мексиканська, грузинська, французька, єврейська, китайська, вірменська, узбецька, німецька, американська, європейська, галицька, закарпатська, кавказька, східна, середземноморська, вегетаріанська, морепродукти, дієтична.
2	Сервіси	Wi-Fi, паркування, банкетний зал, плазмовий телевізор, жива музика, літній майданчик, дитяче меню, дитяча кімната, караоке, тематичні вечірки, аква-шоу, еротик-шоу, винна карта, чайна карта, перегляд спортивних подій, кейтеринг, більярд, настільний футбол, кальян, танцпол, проектор.
3	Розташування	Вибір за назвами вулиць в алфавітному порядку чи на карті.
4	Тип закладу	Ресторан, кафе, бар, суши-бар, караоке-бар, паб, віскі-паб, кав'ярня, таверна, клуб, нічний клуб, піцерія, кондитерська, концертно-розважальний комплекс.
5	Властивості місця (столика)	Біля вікна, в кутку, в центрі, біля акваріума, біля бару, біля каміна, навпроти телевізора, навпроти сцени, біля танцполу, на лаві, навпроти, VIP.
6	Сума середнього чеку	До 100 грн., 100-200 грн., 200-300 грн., 300-400 грн., 400-500 грн., 500-600 грн., 600-700 грн., 700-800 грн., 800-900 грн., 900-1000 грн.

У тому разі, коли столик успішно заброньований, клієнтові на мобільний телефон надійде відповідне повідомлення. Крім того, відвідувачі сайту інформуються про різноманітні новини й акції закладів.

Stolik.ua для розширення аудиторії відвідувачів створив відповідні співтовариства та групи в соціальних мережах ВКонтакте, Facebook і Twitter.

Такий сервіс дозволяє отримувати переваги не лише відвідувачам ресторанних закладів, але й для їх власників. Так, програмне забезпечення для підключення закладу можна отримати безкоштовно. Воно встановлюється на будь-який стаціонарний комп'ютер, ноутбук чи планшет з мінімальним розміром дисплею 7". При цьому оплачуються лише ті замовлення, які були здійснені клієнтами за допомогою відповідної системи.

режу Інтернет. Такий підхід застосовується, зокрема у мережі ресторанів швидкої їжі "Вареники ТУТ" – першому в Україні тематичному фаст-фуді здорової їжі, заклади якого знаходяться у Києві, Львові (Сокільниках), Одесі, Луцьку.

Різновидом режиму відкритої кухні є теппан-шоу. Теппан-шоу – це демонстрація віртуозного приготування кухарем на очах відвідувачів певної страви, зазвичай східної, на спеціальній металевій поверхні-столі (теппані) без посуду шляхом швидкого обсмажування (часто із застосуванням відкритого вогню).

Такий процес дозволяє активно застосовувати інформаційні технології, особливо тоді, коли для приготування страви застосовують екзотичні компоненти, які можуть бути незвичними або іноді й

неприємними для споглядання окремими відвідувачами (м'ясо або кров змії, риба фуґу, молоски тощо). При цьому на робочому місці кухаря розташовують камеру (або кілька камер), а на моніторі за столиком за його діями спостерігають лише ті відвідувачі, яким це цікаво. Як варіант відеоматеріали теппан-шоу можуть розміщуватися на сайті закладу, в соціальних мережах або на сайтах спеціальних Інтернет-служб (зокрема YouTube), як додатковий інструмент зацікавлення потенційних відвідувачів, що можуть залишати власні коментарі. Такі матеріали розповсюджувалися мережами закладів японської кухні "Суші Яма" (Росія, Україна), "Планета Суши" (Росія), ресторанами Mitchikia Japanese Steakhouse and Sushi Bar (США), "РИС-32" (Росія, м. Ростов), "Банзай" (Донецьк) тощо.

Значний інноваційним потенціалом характеризується така технологія як інтерактивне електронне меню. Цей сервіс може застосовуватися як відвідувачами, так і офіціантами. У першому випадку відвідувач замість звичного меню користується iPad-ом, за допомогою якого він може підібрати з карти вин закладу за ціною, регіоном виробництва, букетом, а потім до нього – страву з меню. Також існує можливість підрахувати калорійність певних страв, а при виборі страв – відразу побачити остаточний чек замовлення. Під час очікування на замовлення можна ввійти в мережу Інтернет, переглянути новини, пограти в ігри.

У тому разі, коли інформаційними технологіями користується офіціант, застосовується спеціальне програмне забезпечення. У вітчизняній практиці з цією метою застосовується система R-keeper, яка здійснює повний цикл розрахунково-облікових операцій, від оформлення надходження продуктів на склад до видачі фірмового чека клієнтові. Вона складається з набору програмних модулів, склад яких визначається конфігурацією конкретної системи: "Менеджер" (обов'язковий компонент системи), "Каса", "Бар", "Термінал офіціанта". Касові термінали можуть експлуатуватися як інтегровано (при наявності зв'язку з касовим апаратом), так і автономно. Основні функції системи полягають в наступному

- автоматизація процесу вводу і зберігання замовлення;
- автоматична передача змін в меню з комп'ютера менеджера в зал в режимі on-line;
- автоматична передача замовлення на кухню та на бар по мережі;
- контроль руху товарів;
- можливе використання сканера штрих-кодів.

Практично необмежені можливості для онлайн-взаємодії бізнес-структур (у тому числі ресторанних закладів) і споживачів відкриває застосування QR-кодування.

QR (quick response)-код – це двовимірний штрих-код, який несе в собі інформацію, що може зчитуватися за допомогою телефону з вбудованою камерою. Завдяки легкому розпізнаванню користувач може миттєво занести в свій телефон текстову інформацію, додавати контакти в адресну книгу, переходити за Web-посиланнями, відправля-

ти sms-повідомлення тощо. Для зчитування QR-кодів існують такі безкоштовні та вільні для завантаження з мережі Інтернет програми, як I-NIGMA, Kaywa Reader, QuickMark, iMatrix, Neo-Reader. Швидкість розпізнавання коду дуже висока, їх можна розміщувати на будь-яких носіях (починаючи від чеків і меню і закінчуючи різноманітними вивісками).

Заклади ресторанного бізнесу застосовують QR-коди для приваблення відвідувачів. На вході до ресторану розміщують рекламний плакат або меню з нанесеним кодом. Зчитавши код, користувач може зайти на сайт ресторану, переглянути меню або отримати посилання на сайт, де можна ознайомитися з відгуками про цей заклад. Також в код можна закласти інформацію про історію ресторану, походження та авторство деталей інтер'єру, деталі меню (склад і походження інгредієнтів, етапи і способи їх обробки, поживність і калорійність), час роботи закладу, повідомлення про акції чи лотереї.

QR-коди дають змогу активізувати різноманітні програми лояльності, організувати голосування, інтерактивні опитування і максимально швидко отримувати інформацію відгуки відвідувачів про відповідний заклад. Також адміністрація закладу може розсилати sms-повідомлення з кодом, який надає право на знижку на певну страву чи послугу.

В Україні активні процеси застосування QR-кодів розпочалися у зв'язку з підготовкою до проведення Євро-2012. Так, у Львові ініціював і впроваджує цей проект Туристичний Рух Львова (громадський рух, що об'єднує власників бізнесу та окремих осіб, які формують туристичну галузь міста), а Львівська міська рада підтримує проект на рівні комунікацій та отримання дозволів для розміщення міток на туристичних і ресторанных об'єктах.

Зокрема QR-коди запроваджені для мережі ресторанів "Фест" ("Криївка", "Майстерня шоколаду", "Масонська ложа", "Мазох-кафе", "Жидівська кнайпа", "Дім легенд", "Гасова лямп", "Біля Діани", "Трамвайчик", "Вар'яти"); закладів системи швидкого харчування ("Кумпель", "Челентано", "Картопляна хата", "Яппі", "Кафе 1", "Пункт"); нічних клубів "Позитифф", "Метро"; а також готелях "Леополіс", "Жорж", "Євроготель", "Швейцарський", "Дністер", "Опера", "Озерний Край", "Цитадель Інн", що мають власні ресторани об'єкти.

Висновки. Найпродуктивнішим та найшвидшим каналом передачі інформації у світі є глобальна мережа Інтернет, що дає змогу ефективно використовувати її для впровадження інновацій у ресторанному бізнесі. Специфіка роботи Інтернету дозволяє кардинально змінювати способи і методи взаємодії між суб'єктами бізнесу, підвищувати рівень якості обслуговування споживачів, зміцнювати конкурентні позиції господарюючих суб'єктів, одержувати максимально повну і об'єктивну інформацію для ведення бізнесу, створювати нові перспективні форми соціальної та економічної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонова В. А. Якість і маркетингова стратегія ресторанного бізнесу / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України. – Донецьк, 2008. – Вип. 25, т. 2. – С. 9-15.

2. Groupon открываєт сервис бронирования ресторанов – [Електронний ресурс]. – Реж. доступу : <<http://www.hopesandfears.com/hopesandfears/news/news/121111-groupon>>.

3. Инновации в ресторанном бизнесе – [Електронний ресурс]. – Реж. доступу : <<http://prohotelia.com.ua/2013/02/restaurant-innovation/>>.

4. Литвиненко Т. С. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т. С. Литвиненко // Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах. – К., 2003. – С.123-127.

5. Оліфіров О. В. Маркетингові стратегії підприємства ресторанного господарства в умовах розвитку Інтернет-технологій / О. В. Оліфіров, К. О. Маковейчук – [Електронний ресурс]. – Реж. доступу : <[archive.nbuv.gov.ua /portal/soc_gum/Tiru/2010_30_1/Olifirov.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Tiru/2010_30_1/Olifirov.pdf)>.

6. QR-коди у Львові – [Електронний ресурс]. – Реж. доступу : <<http://lviv.travel.ua/profitably/QR-codes>>.

7. <http://varenykytut.wordpress.com/>

8. <http://r-keeper.org/>

9. <http://stolik.ua/>

10. <http://turrux.nton.info/>