

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**імені Г. С. СКОВОРОДИ**  
**ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

***ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ***  
***ЕКОНОМІКИ ХХІ СТОЛІТТЯ***  
***ОЧИМА МОЛОДІ***

**МАТЕРІАЛИ**  
***II студентської наукової конференції***

***26 квітня 2018 року***

**Харків 2018**

**Ремінна Ілона Віталіївна**  
**ХНПУ імені Г. С. Сковороди**  
**факультет початкового навчання, 2 курс, 21 група**  
**Науковий керівник – к.п.н., доцент кафедри**  
**економічної теорії Мельникова О.В.**

### ***ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ ЯК МЕТОД УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ***

На сьогодні ресторанний бізнес у нашій країні активно розвивається, кількість підприємств ресторанного господарства, після різкого спаду у 2014 році, починає поступово збільшуватися та отримувати зростаючі доходи. Так, у 2015 році в Україні функціонувало 1422 ресторани із товарообігом на суму 22,8 млрд грн. [2] У цих умовах посилюється гостра конкуренція на цьому ринку, що зумовлює підвищення інтересу до інновацій, які збільшують доходи закладів, прискорюють ріст, також є основою для створення конкурентної переваги та залучення споживачів. Інновації у сфері ресторанного бізнесу мають свої особливості застосування, що пов'язано з специфікою даної галузі та напрямом впровадження. Так, ресторатори можуть використовувати інновації, що покращують виробничий процес, наприклад, вендингові машини, облаштування smart-кухні, очищення технічної води, переробку відходів виробництва, установку люмінесцентного освітлення, вирощування органічних овочів, фруктів і тварин, відеоконтроль роботи кухні, використання роботів замість офіціантів і т.ін. Проте клієнтів приваблюють новації, які вони безпосередньо відчувають, тобто цікаві маркетингові кроки, заради яких відвідувачам хочеться ще і ще приходити саме в цей ресторан.

На сьогодні можна виділити найбільш важливі напрями впровадження маркетингових інновацій у ресторанному бізнесі:

– Креатив ІТ-технології - внесли новий креатив та інновації в ресторанний бізнес. Часто ресторани приваблюють відвідувачів теплан-шоу, коли на очах у здивованої публіки теплан-кухар віртуозно створює якесь фірмове блюдо. Але яким би захоплюючим не було дане шоу, навіть воно може сподобатись далеко не кожному клієнту. Так, наприклад, вигляд використаного посуду та запах у процесі приготування страв буде не всім до вподоби. Науково-технічний прогрес запропонував і теплан-інновації ресторанного бізнесу: поряд з робочим місцем кухаря на кухні встановлюють камери, а по монітору на столику за його діями спостерігають лише ті відвідувачі, кому це цікаво.

– Електронні меню. Таке меню надає споживачам закладів ресторанного господарства можливість: візуально в інтерактивному режимі ознайомитися з меню закладу та побачити фотографії і детальний опис кожної страви; підрахувати калорійність тих чи інших страв; робити замовлення, не викликаючи офіціанта; при виборі страв, відразу ж бачити остаточний чек замовлення; отримати додаткові послуги: в очікуванні замовлення пограти в ігри, почитати новини, гороскопи, анекдоти тощо; викликати офіціанта.

– Меню на вітрині ресторану. Інноваційним способом, який може не тільки прикрасити вітрину, але і стати привабливим інформаційним джерелом для перехожих - це муляжі страв. Завдяки високій якості використовуваних матеріалів муляжі виглядають як справжні, видно їх розмір і обсяг, а також ціну та інгредієнти, які входять до складу страви. Муляжі полегшують для відвідувачів процес вибору як ресторану, так і страви.

– Використання пейджерів або біперів в ресторанах з селф-сервісом. Їх застосовують для оповіщення гостей про готовність їх страв, а також для подачі сигналу про звільнення столика. Такі прилади подають світловий або вібро-сигнал клієнтам в радіусі 1000 м. Вони можуть мати різний дизайн і форму.

– Технологія радіочастотної ідентифікації. Вона ґрунтується на зчитуванні спеціальних настільних міток і пристроїв відстеження та запам'ятовуванні місцезнаходження столиків. Настільні пристрої також ведуть облік часу від моменту замовлення до подачі страв на стіл, відстежують найбільш популярні столики. Настільні пристрої з індивідуальним номером видаються клієнту при прийомі замовлення. Навіть якщо гість тимчасово відлучається (виходить на вулицю, в туалет і т.д), офіціанти більше не відчують проблеми з пошуком клієнта і його столика.

– QR-код і безмежні можливості мобільного маркетингу. Винахід QR-коду – двомірний штрих-код – відкрило нові необмежені можливості для online взаємодії компаній і споживачів. У маленькому яскравому квадратному лабіринті QR-коду можна запрограмувати всі відомі інновації ресторанного бізнесу, а також безліч нових можливостей. Швидкість розпізнавання QR-коду дуже висока, його можна розміщувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню, і закінчуючи різними вивісками. Сканувати його можна мобільним телефоном або відеокамерою ноутбуку. QR-код, розміщений на врученому клієнтові рахунку – це дивовижний рекламний хід. У яскравому квадратику можна закодувати історію ресторану, авторство унікальних деталей інтер'єру і картин. Відвідувачі із задоволенням можуть вивчити меню закладу з докладною інформацією про кожне блюдо. QR-код дає можливість сповіщати клієнтів про акції, влаштовувати опитування і швидко отримувати відгуки про ресторан від клієнтів.

– Інтерактивний стіл – сучасне мультимедійне рішення, яке дозволяє клієнту обрати страву, прочитати про неї всю необхідну інформацію, зробити замовлення, яке одразу ж відправляється на кухню, включити онлайн-трансляцію приготування страви. Інтерактивні столи також є своєрідними посередниками між відвідувачами – можна знайомитися, обмінюватися цікавою інформацією, грати в шахи з відвідувачами за сусідніми столиками.

– Інтерактивний бар – інформаційно-розважальна система, вбудована в барну стійку, що відображає відеоефекти, характер і інтенсивність яких продиктовані наявністю предметів на стійці і поведінкою людини. Бокал, ключі, телефон - все, що залишається на поверхні бару, влаштовує справжню проекційну виставу. Технологія робить все, щоб розважити клієнта і утримати його біля бару якомога довше, а порожня склянка в його руці автоматично дає сигнал бармену про те, що хтось потребує нового коктейлю. [3].

– Нові способи резервування місць та купівлі блюд у ресторані у соціальних мережах. Останнім часом соціальні мережі розширили свої сервіси і трансформували взаємодію з ресторанами. Google, Amazon і Apple впровадили систему замовлення за допомогою голосового повідомлення; додаток Snapchat тепер дозволяє використовувати огляди закладів та бронювати у них столики за допомогою мобільних додатків систем онлайн-резервування OpenTable або Resy; Facebook та Instagram спільно з компаніями з обслуговування доставки GrubHub, Doordash і EatStreet додали кнопку «купити» на сторінках закладів [1].

Застосування кожного з вище наведених видів інновацій має свої особливості, потребує значних фінансових, матеріальних та технічних зусиль.

Варто сказати, що інновації наразі розвиваються, пропонується їх варіативність. Якщо кілька років тому інновацією в ресторанному бізнесі вважалися виклик таксі з кафе або бронювання столиків за телефоном, то зараз ці послуги вважаються звичними, а інноваційні підходи набули більш креативнішого, глибокого змісту.

Отже, на успішність діяльності підприємства ресторанного господарства впливає впровадження інноваційних технологій. Адже інновації для сфери послуг ресторанного бізнесу є найважливішим стимулом для розвитку закладу даної галузі та здобуття ним конкурентних переваг на ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Горячие #тренды 2018: food and beverage (часть 1) // Журнал "Ресторатор" on-line [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.restorator.ua/single-post/goriachie-trendy-2018--food-and-beverage-chast-1>
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Инновации в ресторанном мире [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://reston.com.ua/topics/8>.