

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Технології безконтактного обслуговування споживачів ресторанных послуг

Студента 3 курсу, 8 с групи
спеціальності
241 «Готельно-ресторанна справа»
освітньої програми
«Готельно-ресторанна справа»

Дзененко
Валерії
Валеріївни

Науковий керівник
к.е.н., доц.

Кулик
Марія
Володимирівна

Гарант освітньої програми
к.е.н., доц.

Расулова
Алла
Миколаївна

Київ 2023

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**Факультет** ресторанно-готельного та туристичного бізнесу**Кафедра** готельно-ресторанного бізнесу**Спеціальність** 241 «Готельно-ресторанна справа»**Спеціалізація** «Готельно-ресторанна справа»**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри
готельно-ресторанного бізнесу
проф. _____ М.Г. Бойко
« ____ » _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

на випускн кваліфікаційну роботу студентові

Дзененко Валерії Валеріївні*(прізвище, ім'я, по батькові)*

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Технології безконтактного обслуговування споживачів ресторанных послуг»

Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2417.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 27 січня 2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження технологій безконтактного обслуговування у підприємстві ресторанного господарства.

Об'єкт дослідження – технології безконтактного обслуговування підприємства ресторанного господарства.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення технологій безконтактного обслуговування у ресторані «Asia Bar & Grill» в готелі Hyatt Regency міста Києва.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ТЕХНОЛОГІЙ БЕЗКОНТАКТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ У РЕСТОРАНІ «ASIA BAR & GRILL», ГОТЕЛЮ НУАТТ REGENCY М. КИЇВ

- 1.1. Історія розвитку ресторанної індустрії. Розвиток ресторану «Asia Bar & Grill» готелю Hyatt Regency Kyiv
- 1.2. Оцінка технологій безконтактного обслуговування ресторану та моніторинг факторів впливу на них

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ БЕЗКОНТАКТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ У РЕСТОРАНІ «ASIA BAR & GRILL», ГОТЕЛЮ НУАТТ REGENCY М. КИЇВ

- 2.1. Організаційні форми процесів безконтактного обслуговування ресторану
- 2.2. Впровадження інноваційних безконтактних технологій у ресторані «Asia Bar & Grill»

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	факт
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 р.- 29.09. 2022 р.	15.09.2022 р.
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.	04.10.2022 р.
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.	20.10.2022 р.
4	Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 20.11.2022 р.	11.11.2022 р.
5	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	21.11.2022 р.- 09. 01. 2023 р.	03.01.2022 р.
8	Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях	10.12.2022 р. - 12.01.2023 р.	10.01.2023 р.
9	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	13.01.2023 р.- 17.01.2023 р.	16.01.2023 р.
10	Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування	18.01.2023 р.	18.01.2023 р.
11	Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії	19.01.2023 р. 26.01.2023 р	24.01.2023 р.
12	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Відповідно до Розкладу	Відповідно до Розкладу

6. Дата видачі завдання «1» жовтня 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи, к.е.н, доц.

прізвище)

(підпис)

М.В. Кулик

(ініціали,

8. Гарант освітньої програми, к.е.н, доц.

прізвище)

(підпис)

А.М. Расулова

(ініціали,

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

(підпис)

В.В. Дзененко

(ініціали, прізвище)

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Дзененко Валерія виконала випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно календарного плану. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає вимогам. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У випускній кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні, методологічні та практичні засади щодо впровадження технологій безконтактного обслуговування ресторану та моніторинг факторів впливу на них. Проаналізовано фактори впливу на технології безконтактного обслуговування ресторану «Asia Bar & Grill» в готелі Hyatt Regency міста Києва. Розглянуто напрямки впровадження інноваційних безконтактних технологій у ресторані «Asia Bar & Grill». На основі отриманих результатів економічно обґрунтовано програму заходів щодо впровадження інноваційних безконтактних технологій ресторану. Обґрунтовано прогноз результативності удосконалення впровадження інноваційних безконтактних технологій ресторану.

Керівник випускної
кваліфікаційної роботи

М.В. Кулик

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Дзененко В.В.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми

А.М. Расулова

(ініціали, прізвище)

(підпис)

Завідувач кафедри

М.Г. Бойко

(ініціали, прізвище)

(підпис)

« » _____ 2022 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....7

РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ТЕХНОЛОГІЙ БЕЗКОНТАКТНОГО
ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАННИХ
ПОСЛУГ У РЕСТОРАНІ «ASIA BAR & GRILL», ГОТЕЛЮ
HYATT REGENCY M.
КИЇВ.....10

1.1. Історія розвитку ресторанної індустрії.

Розвиток ресторану «Asia Bar & Grill» готелю Hyatt Regency Київ
.....10

1.2. Оцінка технологій безконтактного обслуговування ресторану та
моніторинг факторів впливу на них18

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ
БЕЗКОНТАКТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ
РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ У РЕСТОРАНІ «ASIA BAR &
GRILL» ГОТЕЛЮ HYATT REGENCY ГОТЕЛЮ HYATT
REGENCY M. КИЇВ.....26

2.1. Організаційні форми процесів безконтактного обслуговування
ресторану26

2.2. Впровадження інноваційних безконтактних технологій у ресторані
«Asia Bar & Grill».....32

ВИСНОВКИ37

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми. У наш час ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. У світі він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу. З кожним роком зростає кількість закладів ресторанного господарства, які ведуть між собою постійну конкурентну боротьбу за сегментацію ринку, за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг.

Рівень дослідженості теми. Питанням впровадження технологій безконтактного обслуговування в ресторанах приділено увагу таких іноземних авторів як: Mike Rizzo, Олівер Уайман. Однак, стверджувати про цілковите вирішення питання, навіть за наявності значної кількості наукових розробок, не можна. Це ще раз підкреслює актуальність та важливість теми дослідження.

Метою є розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження безконтактних технологій у підприємствах ресторанного господарства.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд наукових **завдань**:

- дослідити організацію процесів безконтактного обслуговування підприємства ресторанного господарства;
- проаналізувати фактори впливу на ефективність системи безконтактного обслуговування ресторану;
- оцінити рівень якості безконтактних процесів ресторану;
- розробити напрями удосконалення процесів безконтактного обслуговування ресторану;

– обґрунтувати пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій безконтактного обслуговування у ресторані «Asia Bar & Grill».

Об’єкт дослідження – технології безконтактного обслуговування споживачів ресторанних послуг.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення технологій безконтактного обслуговування у ресторані «Asia Bar & Grill» готелю Hyatt Regency, м. Київ.

Методи дослідження. У роботі використані такі способи і прийоми наукових досліджень: статистичні спостереження – для встановлення динаміки окремих показників, аналіз і синтез – для структуризації підходів до класифікації, порівнянь, групування, типізації – для порівняльного аналізу. Для виявлення тенденцій розвитку підприємств ресторанного господарства та систематизації отриманої інформації використані методи комп’ютерної обробки здійснені за допомогою пакетів прикладних програм.

Інформаційна база. Основними інформаційними джерелами, що були використані в процесі виконання випускної кваліфікаційної роботи, є матеріали, наведені в вітчизняній та закордонній науковій спеціалізованій літературі, законодавчих та нормативних актах, наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених, мережі Інтернет, внутрішня звітність ресторану «Asia Bar & Grill» та матеріали з соціальних мереж закладу.

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні положень, висновків та рекомендацій, що можуть бути методичною основою для впровадження безконтактних технологій у підприємствах ресторанного господарства.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел із 21

найменування та додатків. Загальний обсяг роботи становить 47 стор., на яких представлено 1 таблиця.



РОЗДІЛ 1

ДІАГНОСТИКА ТЕХНОЛОГІЙ БЕЗКОНТАКТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ У РЕСТОРАНІ «ASIA BAR & GRILL», ГОТЕЛЮ HYATT REGENCY

М. КИЇВ

1.1. Історія розвитку ресторанної індустрії. Розвиток ресторану «Asia Bar & Grill» готелю Hyatt Regency Kyiv

Ресторанна індустрія має довгу та багату історію, яка сягає стародавніх цивілізацій. Вважається, що концепція ресторану, як ми знаємо її сьогодні, виникла у Франції у 18 столітті. Перший сучасний ресторан під назвою "The Tallyrand" відкрився в Парижі в 1765 році і належав людині на ім'я Буланже. Він продавав переважно супи, але також пропонував інші страви, як-от смажене м'ясо, і кажуть, що він був першим, хто назвав свій заклад як «ресторан». Слово «ресторан» походить від французького слова «restaurer», що означає «відновлювати», і спочатку воно стосувалося типу бульйону, який, як вважалося, мав відновлюючу дію. Відтоді ресторанна індустрія значно розвинулась і тепер охоплює широкий вибір кухонь і закладів харчування.

Гаразд, а чому тоді розвивалася ресторанна індустрія?

Розвиток ресторанного господарства можна пояснити різними факторами. Однією з головних причин було зростання міст і зростання середнього класу у 18 столітті у Франції. Оскільки все більше людей переїжджали до міст на роботу, зростала потреба в закладах харчування, яких не було в будинках людей. Крім того, зростання середнього класу означало, що більше людей мали наявний дохід, щоб витратити на обіди поза домом.

Ще одним фактором, який сприяв розвитку ресторанного господарства, було зростання туризму. Оскільки подорожі стали

доступнішими, люди почали подорожувати для відпочинку, а ресторани стали популярним місцем для туристів.

Перший ресторан у США відкриває у 1831 р. в Нью-Йорку, сім'я Дельмоніко. Згодом під цією назвою в країні сформується мережа дорогих, аристократичних ресторанів швейцарсько-французької кухні, які пропонують вишукані страви та бездоганне обслуговування, стають еталоном для всієї американської кулінарії упродовж XIX-XX ст. У ресторанах "Delmonico's" оригінальна кулінарія, зокрема страви - "біфштекс Дельмоніко", "курчата по-королівськи", "омари по-ньюнберзьки" тощо, поєднуються з необхідними у гастрономії нововведеннями. Шеф-кухарі у престижних ресторанах США найчастіше були французами, тут панувала французька кухня, меню складалось на французькій мові, що водночас зумовлювало певні мовні труднощі в англійській країні. З метою ліквідації мовних бар'єрів один з власників, Джон Дельмоніко, ввів двомовне меню, у якому назви страв французькою та англійською мовами подавали одна навпроти другої. Це нововведення згодом набуло широкого поширення у світовій практиці готельного та ресторанного господарства. Водночас, ця мережа ресторанів ввела європейську культуру перебування у ресторанах, зокрема у споживанні їжі.

До 1848 р. у США сформувалась система різнокатегорій-них ресторанів. Зокрема, у Нью-Йорку, окрім розкішних ресторанів "Delmonico's", відома мережа менш елегантних ресторанів Брауна. Середньокатегорійні ресторани аналогічного типу пропонували якісну кулінарію та ефектне обслуговування, орієнтувались на широке коло клієнтів, насамперед з середніми матеріальними можливостями. Гості отримували меню із зазначенням ціни страв та напоїв, кожен клієнт перебував під увагою офіціантів.

Для категорії малозабезпечених громадян у США сформувалась категорія дешевих закладів харчування з самообслуговуванням, часто антисанітарними умовами. Головне у подібних закладах - це низька вартість страв, всі інші умови були несуттєвими. Серед інших закладів із сумнівною репутацією були їдальні Даніеля Суїні у Нью-Йорку.

Активний розвиток ресторанів у Європі зумовлює вдосконалення обслуговування, появу кулінарних довідників з описом страв, приправ, напоїв, розробляються рекомендації щодо обслуговування. У престижних ресторанах, насамперед у Франції, відвідувачам подається меню (*a la carte*) страв та напоїв. У 1856 р. француз Антонен Карен видає перший фундаментальний збірник "La Cuisine Classique", згодом низку інших з популярним описом значної кількості страв. Справжнім енциклопедичним виданням з гастрономії вважається праця "Le Guide Culinaire" ("Довідник з кулінарії") одного з найвідоміших майстрів кулінарії, француза Жоржа Огюста Ескоф'є. Жорж Ескоф'є у 90-х роках XIX ст. здійснив систематизацію праць Антоніна Карена та інших відомих кулінарів. Водночас, Жорж Ескоф'є разом з Цезарем Рітцом, управляючим готелю "Savoy", що відкрився в Лондоні у 1898 р., внесли кардинальні зміни в організацію сфери гостинності. Новація стосувалась відкриття ресторанів при готелях, вдосконалення роботи персоналу у ресторанах - внаслідок введення бригадного підряду.

Поява у Європі тонізуючих напоїв (кави та чаю), зумовлює виникнення спеціалізованих закладів з їхнього споживання. Проте, становлення кав'ярень та чайних відбувається, відповідно, лише в кінці XVII ст. та в середині XIX ст. Кава, що походить з Африки і широко відома в арабському світі у ранньому Середньовіччі, у Європі була відома лише для поодиноких аристократичних родин. Необхідно зазначити, суттєвою перешкодою у поширенні кави була заборона споживання "сатанинського

напою" з боку католицької церкви. Тільки у XVI ст. папа Клемент VIII знімає цю заборону. У XVII ст. кав'ярні стають широко поширеними у всій Європі, лише у Венеції у 1675 р. їх нараховувалось декілька десятків. В Англії перша кав'ярня відкривається у 1652 р. у Лондоні на вулиці Сент-Майкл Аллей вихідцем з Вірменії. Перша кав'ярня у Центральній Європі відкривається у Відні у 1683 р. її власником був виходець з України - Юрій Кульчицький, який відіграв виняткову роль у звільненні міста від турків, за що в нагороду отримав дозвіл на відкриття кав'ярні. Кав'ярня Юрія Кульчицького швидко набуває популярності у відвідувачів завдяки особливому тонізуючому підсолодженому медом та розбавленому молоком напою.

Чай, сьогодні невід'ємний у раціоні тонізуючий напій, утверджується серед європейців та американців лише у середині XIX ст. Цей напій, що походить з Південно - Східної Азії, починають споживати в Англії, яка мала в цьому регіоні великі колонії, згодом в інших європейських країнах. Лише у XX ст. чай стає загально визнаним напоєм у світі.

Посилення ролі міст на фоні швидкого індустріального розвитку у другій половині XIX ст. - на початку XX ст., зумовлює масову їх забудову, в тому числі появу робітничих кварталів та окремого типу засобів розміщення - гуртожитків. Типовим прикладом будівництва гуртожитків (фамі-лістерів) у Франції були побудовані підприємцем Годеном при заводі обігрівальних приладів у Гізі трьох великих корпусів для розміщення 1200 робітників. Біля кожного корпусу розташовувався великий двір, на кожному поверсі будівель виділялись окремі квартири, що доповнювались туалетом та ванною кімнатою. Комплекс фамілістери доповнювався кооперативним магазином, яслами, рестораном, диспансером, лікарнею, театром, школою, пральнею та місцем для купання на річці.

У середині XIX ст. у багатьох європейських країнах виникають перші клуби, що об'єднують людей з спільними інтересами, в тому числі щодо туристичних подорожей. Для функціонування клубів створювалось необхідне інфраструктурне забезпечення - клубні будинки, облаштовувались маршрути, в тому числі будуються притулки для тимчасового розміщення. Перший туристичний клуб - "Клуб подорожей" виник у 1832 р. в Лондоні. Згодом в Лондоні відкривається відомий "Альпійський клуб" (1857 р.), у Тифлісі при Кавказькому товаристві природознавства у 1877 р. створений клуб з однойменною назвою, у Петербурзі в 1885 р. виникає перша велика туристична організація "Підприємство для громадських подорожей у всі країни світу".

В складі українських земель подібний клуб виникає у 1890 р. в Одесі, під назвою "Кримський гірський клуб". Від цього клубу відкриваються філіали у Ялті та Севастополі, згодом на Кавказі та інших регіонах Російської імперії. Для туристичного освоєння Кримських гір облаштовується декілька маршрутів з першим у Росії туристським притулком на 12 місць, у якому туристам пропонували ночівлю, за бажанням гостей гарячі напої, а також страви з м'яса та інших продуктів, якими турист міг забезпечити охоронця притулку.

Важливим моментом у рекламі готельних підприємств стає випуск у 1854 р. у Великобританії першого довідника. Довідник містив детальну інформацію про 8 тис. готелів, у ньому вказувались адреса, місткість та опис окремих послуг. Вихід цього довідника започаткував історію інформаційного просування готельних послуг на споживчий ринок, згодом у різних країнах видаються аналогічні довідники, каталоги, буклети, які водночас стають першою туристичною рекламою.

В кінці XIX ст. на початку XX ст. у сфері гостинності відбулися значні зміни. Кількість закладів гостинності інтенсивно збільшується,

розширюється їхня функціональна структура, вдосконалюється обслуговування, модернізується архітектура, створюються стандарти в обслуговуванні та елементах оздоблення. Особливо інтенсивно збільшується кількість готелів і ресторанів у Європі і США. У Німеччині, в 1913 р. нараховувалось 90 тис. готелів, Австро-Угорщині - 15 тис, у Росії в 1910 р. - 4685 готелів і т.д. Будівництво нових готелів зумовлює чітку диференціацію у розмірах, умовах проживання, обслуговування. У великих нових готелях створюються комфортні умови проживання, вони розташовуються в центрі міст поблизу важливих транспортних комунікацій - вокзалів, магістралей. Часто нові готелі будуються на місці зруйнованих старих, що не відповідали необхідним вимогам цього часу.

У престижних районах великих міст виникають спеціалізовані готелі для особливо багатих клієнтів - бізнесменів, політиків, діячів мистецтва. Такі готелі пропонували клієнтам максимальні зручності, вишкolenий персонал з особливою гостинністю сприяв задоволенню побажань гостей. Перший готель, орієнтований винятково на бізнесменів відкривається у 1908 р. у місті Буффало (США) Елсвортом Статлером. Збудований Е. Статлером готель "Statler Hotel" у свій час вважався архітектурним шедевром - просторий вестибюль, ліфти, обставлені дорогими меблями номери, декоративні тканини, дорога сантехніка. У Лондоні у 1905-1908 рр. відкривається подібний готель "Piccadilly", в Амстердамі (Нідерланди) - готель "Victoria", "American Hotel", у Москві готель "Метрополь", "Гранд-Готель", "Париж" та ін.

На межі XIX - XX ст. індустрія гостинності стає важливою сферою економіки багатьох країн. Проблеми будівництва готелів, підготовки персоналу, ціноутворення вирішуються готельними союзами, акціонерними товариствами, концернами. На початку XX ст. з поміж інших виділяється "Лондонський синдикат власників готелів", французький

"Союз власників готелів". У 1906 р. виникає "Міжнародний союз власників готелів", що об'єднав власників 1700 засобів розміщення у різних країнах.

Крім того, розвиток нових кулінарних технік і доступність екзотичних інгредієнтів, привезених колоніями та торгівлею, викликали інтерес публіки до спроби нових і різноманітних страв.

Крім того, Французька революція також зіграла свою роль у розвитку ресторанного господарства, оскільки призвела до зменшення кількості аристократичних домогосподарств, у яких традиційно працювало багато кухарів. Потім ці кухарі продовжили відкривати власні ресторани та представити свої кулінарні навички широкій публіці.

В Україні ж, яка довго була у складі СРСР і в якій спостерігався брак елементарних продуктів, сьогодні немає культури харчування і відповідно культури ресторанного бізнесу. В нашій країні ресторанна справа, на думку більшості фахівців, перебуває на стадії зародження. Навіть у столиці, де ринок уже майже заповнений (понад 600 закладів громадського харчування замість 80 - у радянські часи), і конкуренція стає все більшою, наразі залишаються місця для ефективного старту новачків. Передусім за рахунок вивільнення місць - кількість розорених ресторанів і новостворених приблизно однакова. Для порівняння: у Києві ресторанів у 6-7 разів менше, ніж у Москві, і в 40 - ніж у Парижі. За словами Сергія Предка, генерального директора компанії "Козирна карта" (колишній "Альянс"), ресторанний бізнес у нас розвинений лише на 10%: "З існуючих 600 ресторанів добре працюють 50, і лише 30 з них заробляють реальні гроші". За підрахунками рестораторів, українські споживачі готові залишати в закладах громадського харчування мінімум \$4,5 млрд. на рік, але в Україні чомусь не помічають цієї цифри. Крім того, особливість сьогоднішньої ситуації полягає у тому, що розвиток ресторанної справи відбувається в комплексі із розвитком транспортного вузла - з/д вокзалу чи автовокзалу, аеропорту.

Разом з тим навколо них розбудовується інфраструктура, що включає в себе готелі, магазини, численні кафе та ресторани, автомати з продажу чаю-кави. В Україні ж спостерігається відсутність розвитку такої туристичної інфраструктури або її невідповідність міжнародним стандартам, неефективність використання потенціалу туристичних ресурсів та інші негативні чинники. Таким чином існує необхідність пошуку шляхів та напрямів підвищення ефективності функціонування закладів харчування, зокрема ресторанів, на основі вивчення та узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду.

Фундаментальні аспекти сучасних форм організації і роботи у ресторанному бізнесі, розвитку ресторанної справи України знайшли своє відображення у працях таких вчених, як А.І.Усіна, Т.П.Кононенко, Н.В.Полстяна, І.В.Хваліна, О.Л.Іванік, Г.Б.Мунін, А.О.Змійов та ін.

Ресторанна справа є однією з найбільш значущих складових індустрії харчування, яка, у свою чергу, орієнтована на споживача, задоволення потреб якого є кінцевим результатом ділової активності підприємства. Поряд із ресторанами до закладів харчування належать: кафе, бари (гриль-бари, пивні бари, фітобари, коктейль-бари й ін.), їдальні, фабрики-кухні, фабрики-заготівельні, буфети, шашличні, продовольчі магазини та кіоски кулінарії і т.д..

Усі ці фактори разом призвели до створення першого ресторану, а згодом до індустрії, якою ми її знаємо сьогодні.

Хаятт Рідженсі Київ - це 5-зірковий готель, розташований у центрі Києва, політичної та ділової столиці України. **(Додаток А)** Це розкішний готель із захоплюючим видом на Старе місто, де розташовано багато головних історичних і культурних пам'яток Києва, розташований за декілька хвилин ходьби від собору Святої Софії, Михайлівського

монастиря та бутиків на знаменитій вулиці Хрещатик. Готель пропонує 234 комфортабельних номери та люкси, одні з найрозкішніших номерів у Києві. Цей 5-зірковий готель у Києві є однією з найкращих ділових адрес в Україні та містить унікальний СПА-центр «Натурель» і фітнес-центр «Клуб Олімп» із сучасним тренажерним залом і 20-метровим критим басейном. Наш готель також відомий своїми вишуканими ресторанами та барами. Улюблений гостями та місцевими жителями ресторан «Asia Bar & Grill» (**Додаток Б**), де подають найкращі в країні страви з м'яса та морепродуктів, а також популярний бар «На 8», з його тераси відкривається знаменитий панорамний вид.

«Asia Bar & Grill» — це місце, де кожен знайде щось для себе: від суші-бару, індонезійської смаженої локшини та дуже популярного Nasi Goreng до гриль-бару з морепродуктами та устричного бару, а також смачних способів завершити вашу трапезу, наприклад, знаменитий чізкейк на білому шоколаді. Ексклюзивне м'ясо, вирощене у найкращих умовах, вже давно завоювало найвибагливіших гурманів через виняткові смакові якості та соковитість! В ресторані подають Tenderloin та Striploin стейки з овочами на грилі та соусом на ваш вибір. Яскравого відтінку м'ясу додасть витриманий японський віскі або японське пиво з хмелю особливих сортів, які підібрали для вас у спеціальному меню.

«Asia Bar & Grill» отримав відзнаку Wine Spectator за одну з найвидатніших винних карт ресторанів у світі. Також ресторан славиться хорошими відгуками гостей на веб - сайті готелю. (**Додаток В**)

1.2. Оцінка технологій безконтактного обслуговування ресторану та моніторинг факторів впливу на них

Харчування – це природна потреба будь-якої людини. У туризмі харчування розглядають і як важливий елемент розваги та пізнання місцевої культури, зокрема гастрономії. Національна кухня є важливим елементом

культури народу, має чіткі відмінні ознаки, є елементом пізнання і засобом для задоволення. Розглядаючи сучасний туризм як одну з форм підприємницької діяльності, ми не можемо оминати індустрії харчування. Заклади харчування – це важлива невід’ємна складова частина індустрії туризму. Систему громадського харчування утворюють ресторани різного класу, бари, кафе та їдальні, пункти швидкого приготування їжі та самообслуговування.

Ресторанний бізнес є одним із найприбутковіших у світі. Формування високоефективного національного ресторанного господарства відіграє важливу роль у туристичній індустрії за обсягом матеріальних, фінансових ресурсів, забезпеченістю трудовим потенціалом і загальним обсягом доходів у туристичному бізнесі. Створення стабільної клієнтської бази, пошук та створення нових шляхів розвитку організації ресторанного бізнесу, постійне оновлення концепції закладів з урахуванням динамічного ринку туристичних послуг в умовах політичної й економічної нестабільності та недостатньої кількості інвестиційних коштів є перспективними напрямками для розвитку економіки країни загалом.

Підприємства ресторанного господарства в готелях сприяють залученню до обігу частки доходів туристів із різних регіонів. Отже, відбувається «переливання» купівельних фондів з одних районів в інші, з однієї країни в іншу. Крім того, задоволення потреб за межами постійного місця проживання трансформує витрати купівельних фондів населення, зокрема витрати на купівлю товарів замінюються витратами на послуги, що сприяє мобілізації вільних грошових коштів населення. Ресторанне господарство створює умови для досягнення суспільних цілей розвитку туризму. У ресторанах зустрічаються та знайомляться люди з різних країн, тут створюється сприятливе оточення для взаєморозуміння, корисних ділових контактів, розвитку громадського та культурного життя. Ресторанне господарство отримує значну частку доходів як від

внутрішнього, так і міжнародного туризму, активізує валютні надходження, створює умови для «експорту» послуг і входження їх у міжнародний ринок. Крім того, «експорт» послуг здійснюється на досить вигідних умовах, тому що він не пов'язаний із транспортними витратами. У ресторанному господарстві зосереджена значна частина матеріально-технічної бази туристичної індустрії. Від якості будівництва, рівня устаткування й обладнання, різноманітності її типів істотно залежить ступінь комплексного обслуговування та задоволення потреб туристів у різних туристичних районах країни.

Якість їжі та обслуговування вже не є єдиними факторами розвитку ресторанного бізнесу. В останні роки інновації суттєво змінили індустрію громадського харчування. Тому зараз для підтримки високого прибутку важливо перебувати в курсі актуальних новинок ресторанного бізнесу. Які інновації характеризують ресторанний бізнес 2013 року і які новинки в ресторанному бізнесі можна сміливо впроваджувати? Інформаційні технології покращують та полегшують життя людини в різних сферах. Людська природа така, що ми звикаємо до хорошого дуже швидко. Ось тому ми відчуваємо якийсь дискомфорт, коли не отримуємо у ресторані тих зручностей, до яких ми звикли та які вже запропоновані в інших закладах. Можна зі стовідсотковою впевненістю сказати, що серед кількох ресторанів одного рівня відвідувач вибере той, у якому, наприклад, надається безкоштовний Wi-Fi. У такому ресторані людина не просто насолодиться обідом, а зможе відпочити та залишатися завжди online: перевірити пошту та поспілкуватися з друзями у соціальних мережах. Наразі вже вважається нормою для закладу громадського харчування пропонувати своїм відвідувачам безкоштовно користуватися Wi-Fi. Технологічні інновації у ресторанному бізнесі пов'язані з впровадженням планшетів, які можуть замінити звичні брошури чи книги – меню. Кожному відвідувачу ресторану пропонують вибрати страви та безпосередньо зв'язатися з офіціантом за

допомогою планшета. Відвідувач може побачити загальну вартість замовлення та калорійність страв. Якщо щось не влаштовує, можна легко видалити і вибрати щось інше до подачі страви. В очікуванні замовлення можна не марнувати час, а перевірити електронну пошту, зв'язатися з друзями по скайпу або просто пограти в гру.

QR-код – це маркетингова інновація, яка добре працює в організації ресторанного бізнесу. У маленькому квадратику двомірного штрих-коду можна помістити докладну інформацію про ваш ресторан, меню та акції. Також можна ознайомити відвідувачів із сайтом вашого закладу, запросити приєднатися до груп у соціальних мережах та підписатися на інформаційну розсилку. QR-код легко можна відсканувати мобільним телефоном, камерою планшета чи ноутбука та зберегти в закладках свого гаджета. Інновації у ресторанному бізнесі найчастіше вимагають додаткових фінансових вливань. Саме їх найбільше бояться власники ресторанного бізнесу. Але орієнтація лише на сьогоднішній стан справ та небажання вкладати гроші в інновації призведе ваш ресторан до збитків та загрози закриття у майбутньому.

У 2011 році китайська платіжна платформа Alipay запустила метод оплати QR-кодом. У 2013 році китайський мобільний додаток WeChat дозволив користувачам приймати оплату за допомогою QR-кодів. Ця

функція вимагала лише від продавців друку QR-коду, що полегшувало застосування систем для ресторанів. Ресторани також можуть дозволити клієнтам сканувати QR-код, щоб замовляти страви прямо через меню на своєму телефоні. У 2016 році понад 600 000 ресторанів у Китаї підтримували платежі через додаток Alipay. Станом на 2019 рік 93,2% відвідувачів оплачували рахунки в ресторанах через Alipay або WeChat Pay.

У США QR-коди пропонуються як спосіб доступу до меню ресторану або друкуються на квитанціях, щоб гості могли сканувати та отримати доступ до онлайн-опитування. Starbucks розгорнув автомати з підтримкою

NFC для здійснення платежів. Однак повноцінна система, яка дозволяла гостям робити замовлення та здійснювати платежі онлайн, сидячи за столиком у ресторані, не стала більш відомою до пандемії COVID-19 у США. Центри з контролю та профілактики захворювань та інші асоціації державних ресторанів заохочували використання безконтактних платежів і цифрових меню у своїх інструкціях щодо відновлення роботи через пандемію.

У січні 2020 року стартап FoodTech з Індії Digital Waiter запустив рішення для безконтактного харчування в кількох країнах, починаючи з Індії, із широким набором функцій, що наближає його до фізичного обіду. У квітні індійський стартап з доставки їжі Zomato представив рішення для безконтактного харчування з функцією перегляду меню, замовлення та оплати. У травні 2020 року PayPal запровадив безконтактні QR-коди для оплати в низці країн. Мобільна платформа замовлення LevelUp співпрацює з постачальником рішень для торгових точок Toast, щоб приймати QR-коди для безконтактної оплати в ресторанах. У травні компанія ресторанних технологій Presto and Glyde почала пропонувати рішення для створення списку очікування, замовлення й оплати для абсолютно безконтактного досвіду обідати в закладі. У липні 2020 року Coca-Cola запустила опцію безконтактного розливу для своїх диспенсерів для напоїв, яку взяли на озброєння Wendy's і Five Guys. З тих пір малі та середні ресторани експериментують із низкою подібних рішень, щоб відповідати новим рекомендаціям щодо охорони здоров'я.

Електронне меню дозволяє збільшити обсяг продажів за рахунок яскравішого інтерактивного переліку страв із потенційною можливістю автоматизованого їх підбору за побажаннями клієнта. Значний потенціал у цьому винаході є і для фільтрації позицій меню за інгредієнтами - наприклад, гість з алергією на деякі інгредієнти може відфільтрувати страви, виключивши всі, що містять алерген.

У довгостроковій перспективі запровадження електронного меню може здешевити маркетингові процеси закладу. Так, при використанні класичного паперового преїскуранта будь-які зміни в асортименті вимагатимуть друку нової партії меню. Електронне меню також може оптимізувати роботу офіціантів, зменшивши час їх комунікації з гостями. Також включення можливості оплати безпосередньо за столиком за допомогою безконтактних способів може зменшити навантаження на співробітників, відповідальних за касові розрахунки. Це позитивно впливає і на безпеку закладу у зв'язку зі зменшенням готівки в приміщенні. Для галузі ресторанного бізнесу було розроблено значну кількість програмного забезпечення, комп'ютерних програм та мобільних додатків. Всі вони дозволяють оптимізувати процеси, які повторюються, пришвидшити хід інформації від гостя до кухні і бару, автоматизувати облік та розрахунки.

Все більше ресторанів використовують цю технологію, щоб гість міг оплатити замовлення за допомогою смартфона. Досить попросити в офіціанта рахунок і відсканувати QR-код через мобільний додаток, після чого сума автоматично спишеться з карти. Весь процес займає всього кілька кліків – не потрібно просити принести термінал і чекати. А сканер QR-коду є в кожному смартфоні з камерою.

Сам QR-код може містити різну інформацію: меню, умови доставки, історію ресторану або дані персональних карт лояльності. За допомогою коду також можна створити замітку в календарі з акцією або заходом, який буде в закладі, або можна просто перенаправити відвідувача на сторінку відгуків.

Є ще одне практичне застосування кодів. Наприклад, остання інтеграція Poster з додатком, яке допомагає гостям викликати офіціанта або запросити рахунок після сканування QR-коду. Ставите табличку на кожен стіл або клеїте стікери на меню. Відвідувачі можуть сканувати код за

допомогою камери і покликати офіціанта або попросити рахунок у відкритому вікні браузера.

У всьому світі змінило діяльність усіх суб'єктів господарювання поширення загрози COVID-19. Сучасні технології широко увійшли до готельного бізнесу, дозволяючи створювати послуги високого рівня. Стрімкість і глибина розвитку ресторанного бізнесу в Україні тісно пов'язаний із появою та імплементацією прогресивних інструментів управління бізнес-процесами. Ресторанна сфера послуг має невичерпний потенціал для прогресу та вносить вагомий вклад в економіку країни, а також забезпечує масштабні інвестиції у туристичній привабливості регіонів. Однак цю ситуацію різко змінило введення карантину через поширення пандемії. Весь ресторанний бізнес поніс значні збитки від впровадження карантину і був змушений згорнути свою діяльність відразу з хвилею COVID-19. Активне впровадження сучасних технологій у діяльність ресторанних підприємств є необхідною умовою їх успішної роботи, оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість обробки та передачі інформації визначає ефективність управлінських рішень у цій сфері. Готельно-ресторанний бізнес постраждав найбільше, адже ці види діяльності спрямовані на безпосередній контакт із людьми. Пандемія змусила людей приділяти пильну увагу здоров'ю, і все свідчить, що тенденція збережеться протягом багато часу. Експертні автори статей про майбутнє гостинності стверджують, що «чистота» – головне слово галузі у 2021 році.

2020 рік змусив усіх нас переглянути пріоритети. Слабкий попит буде змушувати готельно-ресторанні компанії впроваджувати інноваційні рішення, щоб знайти нові джерела доходів, задовольняючи попит з боку нових категорій клієнтів, які раніше не користувалися їх послугами, або надаючи нові послуги, надаючи офісний простір людям, які працюють в «віддаленому режимі»). Виникнення пандемії COVID-19 змінило весь наш

світ, змусивши компанії адаптуватися до нових вимог соціального дистанціювання. Це не могло не вплинути на таку клієнтоорієнтовану сферу, як готельно-ресторанний бізнес. Для забезпечення ефективного функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства виникає необхідність наукового обґрунтування стратегій їх розвитку, які кореспондуються із передовим світовим досвідом та вдалою практикою вітчизняних підприємств-лідерів. Зокрема, всі транзакції тепер здійснюються безготівковим розрахунком.



РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ БЕЗКОНТАКТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ У РЕСТОРАНІ «ASIA BAR & GRILL», ГОТЕЛЮ HYATT REGENCY M. КИЇВ

2.1. Організаційні форми процесів безконтактного обслуговування ресторану

Гостинність є одним із фундаментальних понять людської цивілізації, яка в наш час забезпечується такими видами економічної діяльності, як готельне і ресторанне господарство. Зародження і становлення ресторанного господарства як складової індустрії гостинності

Залежно від функцій, виконуваних підприємствами ресторанного господарства, розрізняють три види обслуговування:

- 1) обслуговування зі споживанням продукції безпосередньо в підприємстві ресторанного господарства;
- 2) обслуговування з доставкою та реалізацією кулінарної продукції для споживання за місцем роботи, навчання, відпочинку, дозвілля, на транспорті;
- 3) обслуговування зі споживанням кулінарної продукції та напівфабрикатів удома.

При здійсненні першого виду обслуговування продукцію реалізують у залах підприємств ресторанного господарства.

У процесі здійснення другого виду обслуговування підприємства доставляють продукцію: робітникам - до робочих місць; службовцям - в офіс; школярам - у класи; студентам і учням навчальних закладів - у холи, буфети тощо; пасажиром залізничного транспорту - в купе, водного - в каюту, авіаційного - в салон літака; у місця масового відпочинку та дозвілля.

Третій вид обслуговування обмежений реалізацією кулінарної продукції та напівфабрикатів для організації споживання її вдома.

Якщо обслуговування здійснюється безпосередньо у підприємстві ресторанного господарства, то класифікаційною ознакою методу обслуговування є спосіб отримання їжі і доставки її до місця споживання. За цією ознакою розрізняють наступні методи: самообслуговування, обслуговування офіціантами і комбіновані методи. Для комбінованих методів характерне поєднання різних методів, наприклад, самообслуговування з обслуговуванням офіціантами, буфетниками-офіціантами, барменами.

Залежно від контингенту гостей, які обслуговуються, категорії й оснащення підприємств харчування використовуються різні види сервісу, що сформувалися в процесі еволюції ресторанів як технічні засоби створення комфорту для гостя. Найпоширенішими є такі види сервісу:

- - французький;
- - англійський;
- - російський.

В усіх видах сервісу обслуговування здійснюють офіціанти й усі види сервісу вимагають від офіціантів певних якостей: фізичної витривалості, організованості, чіткості в роботі, доброї пам'яті та швидкої реакції. Це досягається доброю професійною підготовкою та наполегливою працею над собою.

На ринку ресторанних послуг представлені різні рішення для впровадження інновацій в управління підприємствами різних видів і форм, однак, як показує практика, коли власник починає аналізувати та шукати відповідні «інструменти», він стикається з проблемою вибору та оцінки ефективності їх роботи. Проаналізувавши все вище сказане, нами було

проведено дослідження, в ході якого були виявлені пріоритетні напрямки розвитку інноваційних технологій у сфері ресторанного бізнесу. На думку експертів, якщо ресторатор тяжіє до електронних інновацій, то, перш за все, варто звернути увагу на такі елементи:

– Пріоритетні напрямки впровадження інноваційних технологій:

- мобільний термінал;
- онлайн-резервування;
- прийом платежів:
 1. сенсорні термінали;
 2. безконтактні картки paypass та paywave;
 3. смартфони – технологія NFC.
- система візуалізації приміщень – впровадження якої дозволяє гостям побачити в режимі реального часу панорамний план ресторану, а також:
 1. збільшення виручки;
 2. перегляд приміщення у форматі 3D;
 3. можливість налаштувати розміщення столів і гостей при проведенні різноманітних заходів.
- віртуальна карта гостя – це програма, яка прив'язується до номера телефону, і через інтернет дозволяє клієнтам у будь-який момент часу подивитися різну інформацію в особистому кабінеті: історію оплати, суму накопичених балів, зарезервувати столик, залишити відгук і т.д. Окремо хотілося б відзначити ті переваги, які дозволяє досягти впровадження такої технології, як інтерактивне електронне меню. У ході проведеного дослідження було виявлено та проаналізовано основні переваги: Для ресторанного бізнесу: зворотний зв'язок із гостем; зручні підказки, які дозволяють

спростити вибір страв; автоматичне встановлення різних цін на бізнес-ланч та основне меню в залежності від часу доби та дня тижня; можливість переглянути склад, калорійність та інші характеристики вибраної страви; додавання сезонних страв, інформування про знижки тощо.

Для гостей ресторану:

- виклик офіціанта;
- мультимовність;
- можливість залишити відгук та побажання;
- опис різноманітних страв;
- сплатити рахунок, не викликаючи офіціанта;
- можливість самостійно зробити замовлення чи

дозамовлення, не вдаючись до послуг офіціанта.

На наш погляд, подібні системи, як інтерактивне меню в найближчі кілька років стануть одними з найбільш популярних на ринку ресторанного бізнесу, в різних його сегментах. Для рестораторів у сьогоднішніх непростих умовах дуже важливо, як знати і розуміти бажання своїх клієнтів, а й їхні потреби. Впровадження подібних інноваційних технологій та електронних систем дозволить надати гостям технологічно новий та сучасний формат вибору страв, а також дозволить підвищити загальний рівень управління підприємством. Головна мета впровадження інновацій полягає насамперед у залученні нових клієнтів та підвищення їх задоволеності. Для підвищення рівня задоволеності своїх клієнтів підприємства можуть використовувати різні інструменти, одним з таких каналів є просування ресторану в соціальних мережах. Підвищення рівня задоволеності гостя дозволить підприємствам отримати результати: формується та посилюється прихильність клієнта до послуг підприємства; клієнт не звертає уваги інші пропозиції конкурентів; збільшення кількості

лояльних клієнтів; управління репутацією та зворотний зв'язок; клієнт проінформує про свій позитивний досвід своїм друзям, колегам по бізнесу, тим самим формує позитивну думку про підприємство; знижуються витрати на залучення нових клієнтів. Однак, якщо власник ресторану не хоче або не може інвестувати в дороге імпортне обладнання, варто звернути увагу на інші інновації. Зокрема, можна змінити концепцію ресторану. Як приклад можна відзначити існування унікального концепт-ресторану «DansLeNoir», вечеря в абсолютній темряві, що обслуговується сліпими гідями – це унікальний досвід, який змінює уявлення про світ, перевертаючи звичний погляд на речі. Чуттєвий експеримент, який пробуджує почуття та дозволяє повністю переглянути наше сприйняття смаку та запаху. Особливістю цього закладу є те, що склад меню повністю засекречений, і дізнатися про те, що ви замовили можна лише тоді, коли ви вийдете з ресторану. Такі найпростіші речі, як знайти на столі у темряві вилку і ніж, а потім відрізати хоча б один шматочок від приготовленої страви перетворюються на непростий квест. В ході аналізу були розглянуті такі новаторські концепції ресторанного бізнесу, як зони без гаджетів, які дуже швидко набирають популярності в Європі. Суть їх така, що відвідувачі повинні вимкнути смартфони та планшети, перш ніж їм принесуть їжу. Як стимул, власники закладів пропонують своїм відвідувачам знижку, якщо вони погодяться вимкнути мобільні телефони та залишити їх на вході. Такі заклади, не тільки привертають до себе увагу в інтернеті, але й збільшують кількість гостей через прискорення обслуговування-дослідження показали, що причиною повільного обслуговування часто є гаджети (люди читають новини, заходять у соціальні мережі та фотографують їжу), без них використання люди швидше їдять та йдуть далі у своїх справах, звільняючи столик наступному відвідувачеві. Переваги застосування інноваційних технологій описані в (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Переваги від застосування інноваційних технологій у сфері
ресторанного бізнесу**

Інновації	Очікувані позитивні зміни	Галузеві обмеження і ризики	Можливі складності
Інформація внутрішніх сервісів	Підвищення гнучкості і оперативності в роботі зі споживачами, можливість індивідуалізації	Збільшення клієнтської бази (створення on-line, web-сервісів)	Інновації, які впроваджуються можуть виявитися надлишковими
Автоматизація системи розрахунків споживачами	обслуговування без збільшення трансакційних витрат.	призводить до супутнього зростання трансакційних витрат з	витратами через випередження існуючої технологічної культури населення,
Автоматизація системи постачання сировиною та матеріалами	розширення реклами. Підвищення якості, оперативності і гнучкості постачання, рішення проблеми псування сировини, можливості	обслуговування віддалених споживачів (проблема доставки). Недостатньо висока	культури споживання і дозвілля. Збільшення центрів витрат без супутнього зростання центрів прибутку,
Впровадження інтегрованих систем	підтримки ексклюзивного меню	технологічна і споживча культура населення	випереджаюче зростання витрат на обслуговування «віддаленої» клієнтської бази

Джерело : складено автором

Впровадження інноваційних технологій є найкращою рекламою для будь-якого ресторанного бізнесу. Клієнти, які вперше скористалися його послугами, дуже швидко розкажуть про нього своїм друзям у соціальних мережах, тим самим сприяють просуванню та залученню нових клієнтів. Інноваційний підхід до вибору каналів комунікацій та методів впливу на споживача дозволяє в найкоротші терміни та за мінімальних витрат досягти збільшення таких показників ресторану, як середній чек, лояльність та збільшення кількості гостей. Оскільки робити прогноз щодо перспектив

впровадження інноваційних технологій у сьогоднішній не простій ситуації – справа невдячна, оскільки реалії вносять свої корективи щодо подальшого розвитку та перспектив ресторанного бізнесу та ринку громадського харчування в цілому, проте, як показує зарубіжна практика, ті, хто впровадили передові інноваційні технології сьогодні, завтра опиняються у виграві, оскільки вони стали конкурентоспроможнішими, і пропонують клієнтоорієнтований сервіс порівняно з іншими учасниками ринку.

2.2. Впровадження інноваційних безконтактних технологій у ресторані «Asia Bar & Grill»

Прогрес будь-якої країни відбувається за рахунок розвитку науки. Саме впровадження інноваційних технологій та ідей призводить до економічного зростання, розвитку малого бізнесу, і, відповідно, до фінансової стабільності.

Покращення у сфері обслуговування безпосередньо залежить від застосування інновацій. Варто зазначити, що оскільки зараз наша держава переживає фінансову кризу, то і рівень сервісу в закладах харчування є далеко не найкращим. Тому для того, щоб привернути увагу потенційних клієнтів, керівники ресторанів та кафе впроваджують у діяльність закладів нові технології.

У сфері дослідження ресторанного бізнесу вже є ряд робіт, присвячених цій темі. Основні інновації можна класифікувати за видами. До них відносять:

- *маркетингові* (керування процесом бронювання on-line);
- *продуктові* (застосування клінінгових технологій, патентування нових страв та їх оформлення);

- *організаційні* (нові форми та методи навчання персоналу, відкриття мережі закладів харчування, планування нових концепцій);
- *ресурсні* (пошук нових ресурсів для розвитку підприємств).

Враховуючи наведені вище види інновацій, пропонуємо більш глибоко розглянути ті з них, які зараз активно використовуються у ресторанному бізнесі:

- **Використання можливостей Інтернету.** Сьогодні кожен бажаючий може забронювати столик в Інтернеті. В online замовленні вказують усі деталі (час, кількість персон, передзамовлення тощо), а також залишають свої контакти[3]. Завдяки цьому замовнику на телефон надійде sms-сповіщення або йому зателефонують з ресторану особисто для підтвердження заявки. Популярними з надання подібних послуг є сервіси Stolik.ua, EatSMART.ua та ін.

- **Наявність wi-fi.** Цей критерій для сучасної молоді є одним із найголовніших при виборі закладу харчування або відпочинку. З вільним доступом до Інтернету під час очікування замовлення можна переглянути новини, поспілкуватися з друзями у соціальних мережах, послухати музику тощо.

- **QR-коди і наявність електронного меню.** QR-код - це двовимірний штрих-код, з якого телефон зчитує інформацію. Це вдалий маркетинговий хід, завдяки якому привертають увагу відвідувачів. Зайшовши на сайт закладу, потенційні клієнти можуть переглянути on-line меню, де вказані всі позиції, що є в наявності у ресторані чи кафе. Це зручний спосіб, що спрощує процес вибору і замовлення страв безпосередньо на місці або через доставку.

- **Меню на вітринах та при вході в ресторан.** Вільний доступ до меню полегшує роботу персоналу у закладах харчування.

Відвідувачі мають змогу самостійно ознайомитися з переліком страв і не відволікати офіціантів від роботи.

- **Аудіо-візуальні дисплеї.** Дисплеї, вбудовані у стіни, шафи, столи стали не лише оригінальним способом привернення уваги клієнтів, але й вдалим дизайнерським рішенням. Технологічно оновлений інтер'єр гарантує зацікавленість відвідувачів. Дисплеї можуть транслювати музичні кліпи, новини, а також використовуватися як екрани для доступу до Інтернету. Відповідно на них можна встановити програми з доступом до карт, схем транспортних маршрутів тощо. Однією з найвідоміших мереж по встановленню дисплеїв у світі є «Digital Signage». Їх послугами активно користуються мережа готелів Van Der Valk у Нідерландах, готель «Дель Коронадо» у Каліфорнії та ін.

Безконтактне харчування зазвичай складається з трьох оцифрованих компонентів, які представляють кожен крок традиційного досвіду обіду в ресторані, під час якого гість ресторану повинен взаємодіяти з сервером або предметом, як показано в WTF – рішення Digital Waiter™: перевірка меню, замовлення разом, оплата разом, розділення рахунку, онлайн-рейтинги та рішення Zomato: перегляд меню, розміщення замовлень і оплата чеків. Рормену, як і інші ресторани технологічні компанії, також випустила власну версію безконтактного програмного забезпечення, яке дозволяє гостям сканувати QR-код за допомогою власних смартфонів, щоб переглядати та замовляти меню ресторану. У той час як більшість постачальників безконтактного меню все ще дотримуються QR-кодів, теги NFC стають все більш популярним способом ініціювання безконтактної взаємодії з обідом. Деякі компанії пропонують спеціальні компоненти, такі як iWallet і Barpay, які перетворюють паперові меню на меню QR-коду. Інші, такі як Menuflow і Beaconstac, пропонують ресторанам можливість

завантажувати PDF-файли або зображення для перетворення на QR-код разом із перекладом мови та надійною аналітикою. Такі компанії, як Tripdairy, Presto, пропонують безконтактне меню, замовлення та оплату, а також додаткові функції, які ще більше оцифровують процес харчування, такі як цифрові системи списків очікування, варіанти попереднього замовлення, цифрові профілі гостей та онлайн-опитування. Деякі інші безконтактні функції включають автоматизацію змін меню залежно від часу доби чи тижня. Метод прискорення процесу оплати за допомогою безконтактних платежів дозволяє скоротити тривалість прийому їжі та розмістити додаткових гостей у періоди завантаженості.

В ресторані «Asia Bar & Grill» раніше використовували паперове меню, яке очищали на початку або в кінці дня чи зміни. Тепер дуже важливо проводити дезінфекцію між кожним гостем. Одним з рішень є створення одноразових паперових меню, які можна використовувати як серветку та викидати після одноразового використання. Іншим рішенням є запровадження цифрових меню: гості сканують QR-код, який завантажує меню на їхній власній пристрій. Ви також можете використовувати цифрові або друковані вивіски за столиком, щоб відобразити меню, при цьому гостям не потрібно торкатися його для навігації. (Додаток Г)

Також в «Asia Bar & Grill» наявний безкоштовний WI-FI для того, щоб гості без труднощів переглядали меню, новини та заходи ресторану.

Завдяки онлайн-замовленню на сайті ресторану та мобільному замовленню повноваження замовлень передається гостям із їхнього власного пристрою. Це може означати, що ваші клієнти можуть розміщувати замовлення онлайн або через додаток для вносу чи доставки. Також додано безконтактний спосіб обідати за допомогою безконтактного мобільного замовлення за столом, щоб гості могли бачити меню, замовляти їжу та оплачувати все зі свого телефону. Це обмежує кількість фізичних

взаємодій під час оформлення замовлень і оплати, водночас збільшує чергування столів і дозволяє персоналу зосередитися на забезпеченні гостей їжею.

Варіанти безконтактної оплати, які застосовують в ресторані «Asia Bar & Grill», так само корисні для забезпечення безпеки гостей ресторану і персоналу. «Безконтактний» платіж означає використання мобільних технологій, які дозволяють передавати інформацію на короткі відстані (як у випадку з NFC) без фізичного контакту. Коли ви реалізуєте стратегію мобільних платежів, ваші клієнти можуть платити, не віддаючи свою картку — це може означати просто помахати телефоном або NFC-карткою над платіжним пристроєм або запровадити мобільні платежі, щоб гості могли платити прямо зі свого мобільного телефону. Цей додатковий запобіжний захід допоможе їм почуватись комфортніше, оскільки їм не потрібно контактувати з пристроєм для зчитування карток і нікому не потрібно брати в руки їхню картку чи готівку.

Також ресторан використовує безконтактну доставку за бажанням замовника, залишаючи їжу біля дверей. Замовляти їжу в мобільному додатку та оплачувати онлайн дуже зручно та безпечно для обох сторін.

ВИСНОВКИ

У ході проведення дослідження щодо ефективності впровадження безконтактних технологій у ресторані «Asia Bar & Grill» готелю Hyatt Regency Kyiv було доведено, сучасна індустрія ресторанного бізнесу постійно поширюється та видозмінюється під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. В якості сфери підприємницької діяльності ресторанного господарства виконує соціальні (задоволення потреб споживачів) та економічні функції (підприємницька одиниця сфери обслуговування). Економічні функції сфери ресторанного господарства розглядаються як єдиний комплексний механізм виробництва та обігу продукції, що забезпечує ресторанному бізнесу певні переваги в порівнянні з іншими галузями народного господарства. Було встановлено, що якість та методи обслуговування споживачів - визначальний фактор конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства. Надання широкого спектру послуг поряд із високою їх якістю може забезпечити високу ефективність діяльності підприємства. Ресторанний бізнес займає значну частку у малому бізнесі, де задіяно багато підприємств і компаній. Тому конкуренція за споживачів у цій сфері дуже жорстка. Саме для утримання конкурентних переваг підприємства ресторанного бізнесу повинні дуже активно застосовувати і запроваджувати сучасні технології. Специфіка ресторанного бізнесу як галузі сфери послуг передбачає під новітніми (інноваційними) технологіями не тільки поліпшення якості життя людей, красиво і смачно приготовленої їжі, а й запровадження інноваційних технологій господарювання в галузі та облік необхідності комерціалізації інноваційних розробок.

Було проаналізовано фактори впливу на ефективність системи безконтактного обслуговування ресторану. Було виявлено, що з початком пандемії Covid – 19 використання існуючих безконтактних технологій помітно зросло та це стало поштовхом до зародження нових. Ресторанна

індустрія в умовах пандемії здійснила великий стрибок у напрямку запровадження новітніх технологій. У той же час, інновації сьогодні, як ніколи раніше, стають цінним ресурсом для підприємств сфери ресторанного господарства, допомагаючи рестораторам не тільки залишитися на ринку послуг, але й знайти та впровадити нові перспективні технології для подальшого розвитку. Карантинні обмеження стали справжнім випробуванням та рушієм змін для рестораторів, сприяючи всебічному підвищенню якості. Саме внаслідок пандемії, процес масштабної інтенсифікації впровадження інновацій захопив сферу обслуговування. Темпи їх запровадження зросли орієнтовно на 3-5 років. Використання безконтактних технологій забезпечує швидке та безпечне обслуговування гостей. Воно допомагає гостеві дізнаватись цікаву інформацію, новини та заходи ресторану.

Було досліджено, що іншою інновацією, запровадження якої інтенсифікувалося внаслідок реакції на карантинні обмеження, є безконтактні технології здійснення замовлення та розрахунку. В цьому випадку, мова йде і про Інтернет-замовлення, і про оплату за допомогою смартфона, розумного годинника або смарт-картки через додаток або безконтактний пристрій. Подібний метод здійснення розрахунків у закладах ресторанного господарства відзначається високим рівнем гігієнічності та безпечності, сприяє пришвидшенню процесу обслуговування, спрощує розрахунок. Крім того, запровадження електронних чайових дозволяє відслідковувати якість роботи працівників, що було недоступно раніше.

Потужність галузі ресторанного бізнесу надає можливість користуватися майже усіма різновидами інформаційних технологій, в тому числі безконтактними. Наразі в закладах ресторанного господарства використовується багато сучасних інформаційних технологій: інформаційні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі,

мультимедіа, інформаційні системи управління тощо. Основна мета застосування інформаційних технологій - покращення якості управління та контролю, а також реклама.

Використання QR-коду дозволяє інтенсивно використовувати можливості онлайн та офлайн методів одночасно з більшим ефектом. Цей винахід є надзвичайно корисним для аудиторії, яка віддає перевагу технологіям, та спрощує популяризацію закладу у випадках, коли використання класичних рекламних засобів є незручним.

Отже, в ході даної роботи було досліджено, що ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. Саме тому в даній сфері дуже актуальним є запровадження інноваційних технологій із метою підвищення конкурентних переваг та утримання і розширення клієнтської бази шляхом підтримки довіри і зацікавленості у конкретному закладі.

Було виявлено необхідність використання інноваційних технологій для підвищення ефективності роботи закладів ресторанного господарства, визначення основних принципів запровадження сучасних технологій у залежності від типу інновацій і виду закладу.

Отже, не потрібно забувати, що успішність ресторанів залежить в багато в чому від здатності менеджменту бути відкритим для інноваційних технологій, навчати цих трендів свій персонал і активно застосовувати їх на практиці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Журавльова С.М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарства // Економіка. Управління. Інновації. 2012. №2(8).
2. П'ятницька Г., Григоренко О. Сучасні проблеми інноваційного розвитку ресторанного господарства України // Вісник КНТЕУ. 2005. №1. С.5-11.
3. Шамара І.М. Тенденції розвитку ресторанного господарства як складової туристичної галузі України // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2013. №1042. С.151-153.
4. Литвиненко Т.К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т.К. Литвиненко. – К., 2011. – 215 с
5. Давидова О. Ю. Інформаційно-комп'ютерні інновації в ресторанному бізнесі / О.Ю. Давидова, Н.В. Полстяна // Комунальне господарство міст. – 2012. – № 106. – С. 403–408.
6. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: Навчальний посібник. – К.: Фірма “ІНКОС”, Центр навчальної літератури, 2007 / Архіпов В. В., Іванникова Т. В., Архіпова А. В.
7. 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.
8. Усіна А.І., Давидова О.Ю., Сегеда І.В., Кононенко Т.П. Організація послуг харчування: Підручник. Харків: ХНУМГ, 2014. 183 с.

9. П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Вплив інноваційних змін на діяльність підприємств ресторанного господарства // Економіка розвитку. 2013. №1(65). С.122-126.

10. Management 2020 (<https://modernrestaurantmanagement.com>), Modern Restaurant (2020-07-08). "Contactless Dining: Exploring the Intersection of Hospitality and Technology | Modern Restaurant Management | The Business of Eating & Restaurant Management News". *Modern Restaurant Management*. Retrieved 2020-07-15.

11. Wolfe A. 2021 Restaurant Industry Outlook: More Innovation Ahead. URL: <https://hospitalitytech.com/2021-restaurant-industry-outlook-more-innovation-ahead>.

12. Клапчук М.В., Біян В.І., Брухлій Б.В. Інноваційні технології в ресторанному господарстві. Карпатський край. 2015. № 1(2). С. 92–99.

13. Поплавський М.М. Готельно-ресторанний сервіс. К.: Макрос, 2011. 240 с.

14. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг.

15. Степова С.В., Когут А.Л. Доцільність застосування інформаційних технологій в ресторанному бізнесі.

16. Касенін В., Ткаченко Т. Проблеми розвитку ресторанного господарства в Україні // Економіка України. 2011. С.41-46.

17. Terenzio O. 12 Tips for Creating Restaurant Marketing Emails that Work.

18. Contactless dining - Wikipedia

19. Contactless Technology is the Future of the Restaurant Industry — The Rail

20. [The 9 Best Contactless Dining Systems Compared \(eatapp.co\)](#)
21. [Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі \(tourlib.net\)](#)

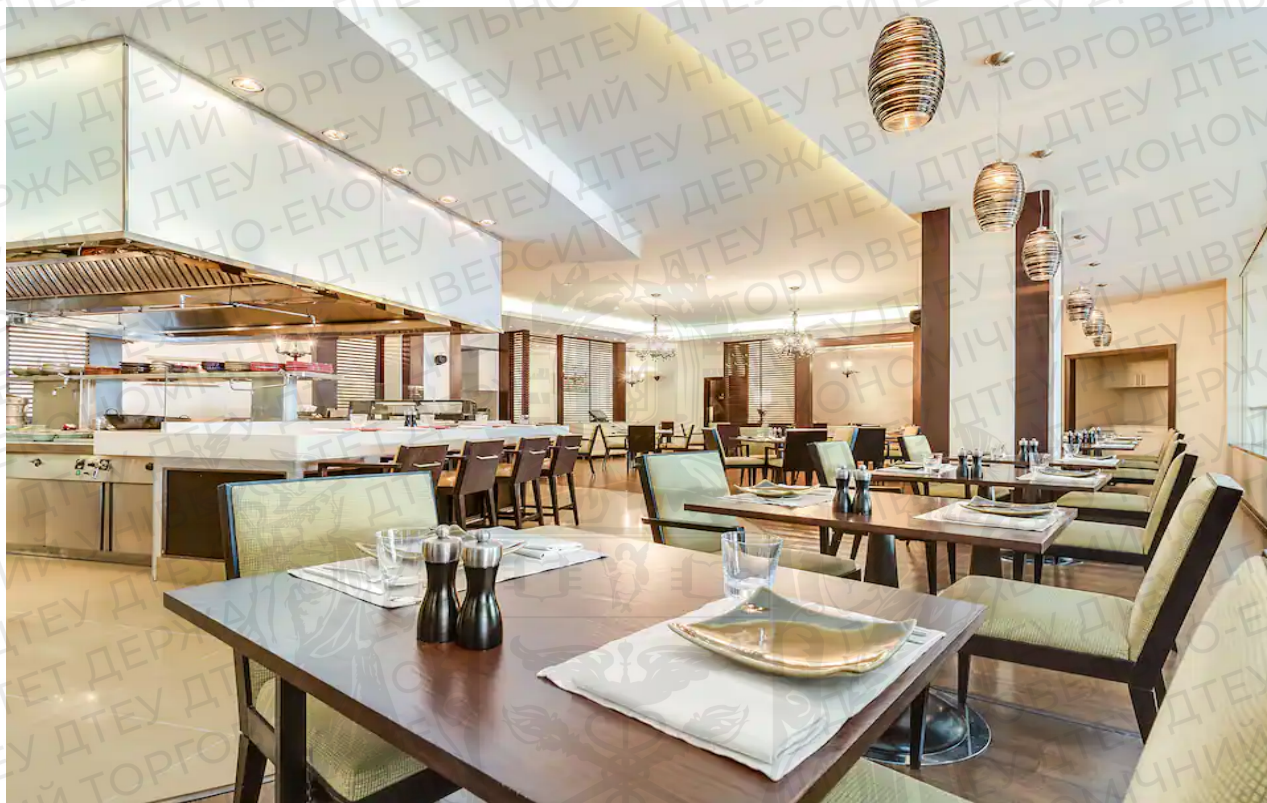


Готель Hyatt Regency Kyiv



Додаток Б

Ресторан «Asia Bar & Grill» готелю Hyatt Regency Kyiv



SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

Відгуки гостей на сайті ресторану «Asia Bar & Grill»

HYATT Kiev Cuisines, Localities, Offers, Events or a Restaurant

GOOGLE REVIEWS (39)

4.5 ★★★★★

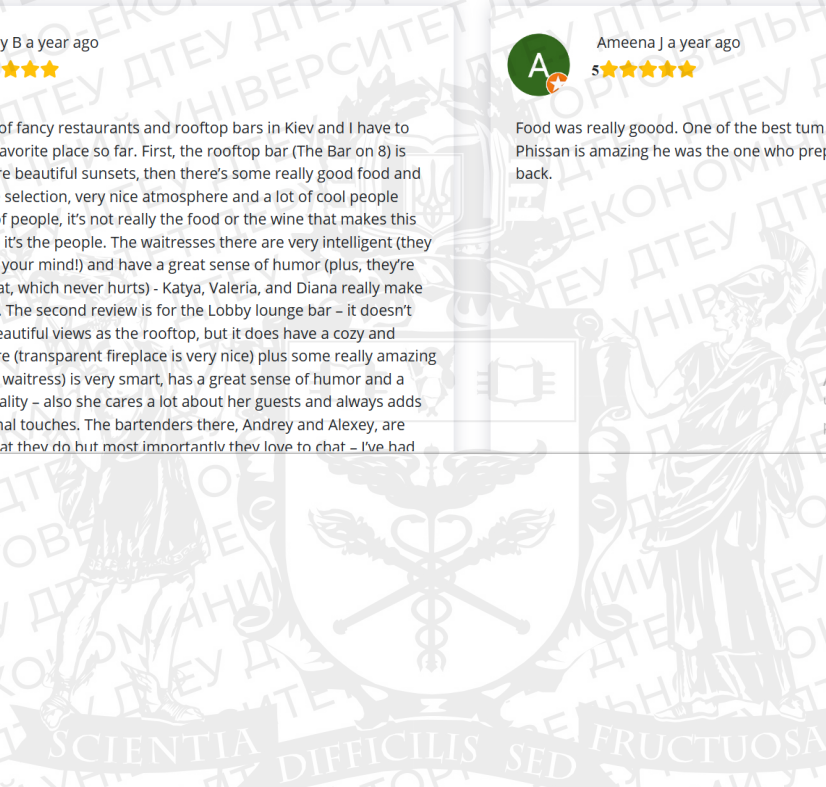
D Dmitry B a year ago
5 ★★★★★

I've been to a lot of fancy restaurants and rooftop bars in Kiev and I have to admit this is my favorite place so far. First, the rooftop bar (The Bar on 8) is amazing, there are beautiful sunsets, then there's some really good food and an excellent wine selection, very nice atmosphere and a lot of cool people there. Speaking of people, it's not really the food or the wine that makes this place so special - it's the people. The waitresses there are very intelligent (they can actually read your mind!) and have a great sense of humor (plus, they're also nice to look at, which never hurts) - Katya, Valeria, and Diana really make this place special. The second review is for the Lobby lounge bar - it doesn't have the same beautiful views as the rooftop, but it does have a cozy and classy atmosphere (transparent fireplace is very nice) plus some really amazing people. Irina (the waitress) is very smart, has a great sense of humor and a charming personality - also she cares a lot about her guests and always adds some nice personal touches. The bartenders there, Andrey and Alexey, are really good at what they do but most importantly they love to chat - I've had

A Ameena J a year ago
5 ★★★★★

Food was really good. One of the best tum yum soup I had in my life. Chief Phissan is amazing he was the one who prepared our food. Will definitely be back.

Активация Windows
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".



Меню у вигляді QR-code



SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA