

**ТЕХНО–НОВИНИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**Паска М.З.**, доктор. вет. наук, проф.,  
**Куцмида А.Т.**, магістрант

*Львівський державний університет фізичної культури імені І. Боберського*

У сучасних умовах важко здивувати гостя. Часи, коли онлайн–замовлення та безплатний Wi–Fi Інтернет вважалися технологічною новинкою та перевагою закладу, давно канули в небуття. Зараз це стандартні послуги, без яких будь–який заклад ресторанного господарства вважається неповноцінним. Теперішній світ живе в надзвичайно швидкому темпі, і зрозуміло, що заклади громадського харчування повинні йти в ногу з суспільством. Мета роботи – аналіз техно–новин ресторанного бізнесу. Сучасний технологічний прогрес практично присутній в усіх сферах, гостя здивувати дуже, дуже важко. Звичайного хорошого обслуговування із дотриманням усіх санітарних норм та гарантією якості продукту вже замало. Як відзначає Григорчук Т.В. у своєму посібнику «Брендинг», споживачі вибирають технологічність і шукають місце, яке б задовольнило їх потреби.

То ж які зараз популярні техно–тренди у світовій ресторанній сфері? Насамперед варто згадати, що такі країни, як США, Китай та Японія, стали лідерами у світовій винахідницькій активності. Те, що появляється в них, практично завжди приходиться і до нас, правда, із затримкою на декілька років. На одній із сесій National Restaurant Association Show (NRA Show) були озвучені дані досліджень. Із них видно, що 71% гостей замовляють їжу з собою, 52% гостей очікують, що в закладі буде безплатний Wi–Fi Інтернет, 47% людей очікують, що можна зробити передзамовлення телефоном, 78% міленіалів шукають меню закладу в мережі, а 32% міленіалів оплачують замовлення через Apple Pay і Google Pay [2].

Насамперед техно–новинки використовуються для виведення обслуговування гостей на вищий рівень. Так в українських закладах набирає оборотів використання QR – коду. Сканер QR–коду є в кожному смартфоні з камерою, тому така новинка є загальнодоступною. QR – код може містити в собі різноманітну інформацію: меню, розташування закладу, умови доставки, персональні карти лояльності, сторінку відгуків та сайт закладу. Також QR – код може використовуватися для оплати замовлення. Це робиться всього в декілька кліків без терміналу та картки, а гроші списуються з карти клієнта після сканування та підтвердження. Останньою техно–новинкою з використанням QR – коду є виклик офіціанта. Проте така функція буде доступною в закладі із розвинутою автоматизацією та діджиталізацією, де офіціанти використовують планшети під час обслуговування, тобто офіціант в один клік відправляє замовлення на кухню й не бігає через весь зал; як результат – швидкість обслуговування, задоволені гості, хороші відгуки.

Основні переваги діджиталізації – це економія часу та підвищення продуктивності (автоматизація виробництва), можливості крос–продажів/upsell

продажів (вихід на новий рівень обслуговування клієнтів), оптимізація та покращення продуктивності. Найпростішим прикладом діджиталізації в ресторанному бізнесі є використання планшетів офіціантами під час приймання замовлення в гостя. Як зазначає Дмитро Борисов – власник сім'ї ресторанів Дмитра Борисова – діджиталізація бізнесу допоможе уникнути крадіжок та витоку бюджету, і, відповідно, вести облік товару. Сам ресторатор наголошує на наявності безліч програмного забезпечення, яке допоможе проконтролювати рух товару на підприємстві, а також мінімізувати людський фактор у цьому контексті, щоб враховувати всі замовлення, варіант псування продукції, рух товару на складі, використання миючих засобів технічним персоналом і т.д. [3].

Зараз у час пандемії підприємства змушені переходити на технології, які вони або ще не планували впроваджувати, або вважали їх даремними витратами, та переглядати свої пріоритети. Порушення поставок, збій і зупинка виробництва – звідси йде зростання попиту на автоматизацію процесів та роботизацію. При слові «роботизація» у більшості виникає думка про далеке технологічне майбутнє, а якщо задуматися про роботизацію у сфері громадського харчування, то може виникнути думка, що це повна дурня. Але зовсім протилежне довів ресторан у нідерландському місті Маастріхт, який першим почав використовувати роботів-офіціантів, коли відкрився після карантину. Тріо Емі, Ейкер та Джеймс приймають та розвозять замовлення. Працівники ресторану керують ними за допомогою спеціального додатку, а гості можуть завантажити додаток на телефон та вибирати страви з меню. Схожа ідея вже є запроваджена у одному із стамбульських ресторанів в районі Атакей. А у ресторанах Бангкока до гостя сам приїде роботизований санітайзер, якщо раптом той забув свій дезінфектор. Можна впевнено сказати, що пандемія пришвидшила роботизацію бізнесу [4].

Та все ж більшість людей зараз надають перевагу концепції доставки. Згідно з останнім дослідженням Research And Markets обсяг світового ринку доставки громадського харчування онлайн в 2018 році склав \$ 84,6 млрд. За прогнозами аналітиків, активне зростання буде у майбутньому – в середньому на 9,8% – до 2026 року. Ростає число замовлень у доставок із «віртуальних ресторанів» – закладів, спеціалізація яких приготування страв та напоїв лише із послугою доставки. Одна із новинок – «хаби» для віртуальних закладів. Так, власники кількох ресторанів, а саме «Чотири Чебуреки», «Ахалі. Більше ніж хінкальня», «Prosecco Bar», «TISTO Pizza Pasta», «Marevo Craft&Organic» у місті Львові об'єдналися та організують доставку їжі з бонусами. Бонуси працюють при замовленні із веб-сайту закладу чи телефоном з безконтактним самовивозом [5].

Актуальними техно-новинами на даний час є і впровадження у технологію виробництва автентичні делікатесні продукти [6,7], лінійку делікатесних продуктів спеціального призначення [8], а також створення різновидів соусів та майонезів із заданими структурно-механічними властивостями [9].

На даний час актуальними є питання доставки виготовленої ресторанної продукції, особливо в умовах пандемії. Дуже добре, коли заклад має власну

доставку та частіше заклади співпрацюють із такими агрегаторами доставок, як Raketa, Glovo, Mixfood, Uber Eats та інші. Якщо власник ресторану все-таки зважується ввести послугу доставки, йому варто перерахувати всі плюси та витрати і зважити, чи буде такий проект прибутковим.

Ще одною техно-новинкою є кіоски самообслуговування, так як в США вони вже декілька років успішно використовуються. Це тренд для закладів формату фастфуд та фасткежуал (заклад із середніми цінами, страви готуються для кожного гостя окремо). Такі кіоски самообслуговування можуть бути й розумними: розпізнавати обличчя гостя та використовувати програму лояльності. Також розпізнавання обличчя є корисною новинкою під час розрахунку гостя. В Ханчжоу у ресторанах KFC компанія Alibaba запустила систему «посмішка для оплати», щоб скоротити час очікування й зменшити потребу в персоналі. Є певні думки, щодо використання біометрії, яка може порушити певні норми, але насправді її завдання захистити та полегшити наше життя [10]

Отже, більшість техно-новинок актуальні для ресторанного бізнесу. Вони піднімають імідж закладу, а й виводять на новий рівень до успішного технологічного ресторанного бізнесу.

#### Література:

1. Григорчук Т.В. Брендинг: навчальний посібник [Електронний ресурс] [https://sites.google.com/site/brendingsoccult/branding\\_in\\_business\\_activities](https://sites.google.com/site/brendingsoccult/branding_in_business_activities)
2. [https://joinposter.com/post/restaurant-tech-trends#header\\_9](https://joinposter.com/post/restaurant-tech-trends#header_9)
3. Блог Дмитра Борисова <https://borysov.com.ua/uk/dima-borisov>
4. Роботизація світу прискорюється. [https://tsn.ua/nauka\\_it/robotizaciya-svitu-priskoryuyetsya-mashini-zapolonili-restorani-magazini-ta-likarni-1562595.html](https://tsn.ua/nauka_it/robotizaciya-svitu-priskoryuyetsya-mashini-zapolonili-restorani-magazini-ta-likarni-1562595.html)
5. Як ресторани виживають на карантині. [http://tvoemisto.tv/news/kilka\\_zakladiv\\_na\\_staroievreyskiy\\_organizuvaly\\_dostavku\\_izhi\\_zi\\_spilnymy\\_bonusamy\\_107987.html](http://tvoemisto.tv/news/kilka_zakladiv_na_staroievreyskiy_organizuvaly_dostavku_izhi_zi_spilnymy_bonusamy_107987.html)
6. Паска М. Потенціал автентичних делікатесних м'ясних продуктів у контексті гастрономічного туризму / Марія Паска, Лариса Баль-Прилипко // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф. (23–24 квітня 2020 р., м. Львів). – Львів, 2020. – С. 283–287.
7. Paska M. Perspective development of authentic products for restaurant business in gastronomic tourism / Maria Paska, Oryslava Korkuna, Oksana Kylyuk // Tourism of the XXI century: Global challenges and civilization values : II International scientific and practical conference (Kyiv, June 01, 2020). – Kyiv, 2020. – P. 267–270.
8. Паска М. З. Інноваційні аспекти розробки нових видів делікатесних продуктів спеціального призначення / М. З. Паска, О. В. Радзімовська, М. Бурак // Наукові проблеми харчових технологій та промислової біотехнології в контексті Євроінтеграції : тези IX міжнар. наук.-техн. конф. – КИЇВ : НУХТ, 2020. – С. 119–221.

---

9. Galukh BI, Paska MZ, Drachuk UR, Doslidzhennya stiikosti mayoneznykh emul'sii vygotovlenykh iz vykorystannyam kharchovykh volokon. Naukovyi visnyk L'vivskogo natsionalnogo universytetu veterynarnoi medytsyny imeni S.Z. Gzhitskoho. 2014; 3(60): 21–30.

10. Як технологія розпізнавання обличчя вплине на сфери нашого життя. <https://worldvision.com.ua/ua/evolutsiya-tekhnologii-raspoznavaniya-litsa-ot-natelnykh-kamer-do-videonabludeniya/>