

ОБЗОР ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

*Порицкая С.Н.,
преподаватель ГБПОУГТМАУ,
г. Георгиевск*

Качественные преобразования в экономике России, обусловленные становлением рыночных отношений, привели к росту конкуренции во всех сферах жизни, и в частности в сфере общественного питания. В современных условиях производить конкурентоспособную продукцию невозможно без использования инноваций, предполагающих применение новых методов и приемов ведения бизнеса, формирование перспективного стиля мышления, внедрение новых технологических достижений в производственную деятельность.

По мнению экспертов, «развитие экономики, индустрии питания и гостиничного бизнеса привело к необходимости повышения качества трудовых ресурсов, роста профессионализма работников и, как результат, повышения конкурентоспособности экономики страны в целом».

В качестве мотивации предприятий отрасли общественного питания к разработке и внедрению инноваций выступают следующие цели: привлечение клиентуры; уменьшение издержек на изготовление продукции с применением более совершенных технологий производства и сбыта; повышение качества продукции и обеспечение разнообразия услуг. Предпринимательский подход, новаторские решения и реализация инноваций могут обеспечить успех и конкурентоспособность предприятий общественного питания.

Идея использования новых технологий в сфере предоставления услуг в общественном питании давно волнует зарубежных предпринимателей. Традиция встречаться и питаться в кафе, барах и ресторанах широко распространена за рубежом. Острая конкуренция между предприятиями общественного питания требует постоянного внимания к появляющимся инновациям и, по возможности, их скорейшего внедрения в ресторанный деятельность. Усовершенствование предоставления классического набора услуг клиентам старшего и среднего возраста оказывается недостаточным.

Интерес владельцев предприятий общественного питания расширился до изобретения различных методик и приемов привлечения молодежи. Так называемое «поколение Y», не представляющее своего существования без современных гаджетов, становится потенциальной целевой аудиторией. Анкетирование, проведенное во Франции Национальной ассоциацией ресторанов, показало, что 63 % респондентов пользовались новыми технологиями при выборе ресторана или кафе, для ознакомления с меню и подбора блюд, для заказа столика и обеда онлайн и электронной оплаты услуг. Большая доля положительных ответов приходится на молодых людей от 18 до 34 лет, широко использующих технологические новшества: интернет, скайп, чат, смс-сообщения, социальные сети и всевозможные мобильные приложения

к телефонам. Это поколение пользователей информационных технологий, испытывающее постоянную нехватку времени, нуждается в удобстве, простоте и доступности услуг предприятий питания. Анализ ответов французской молодежи показал следующее:

- 70 % респондентов получают необходимую информацию о ресторанах с помощью мобильного приложения;
- 56 % осуществляют контакт с рестораном через социальные сети;
- 74 % делают заказ онлайн через мобильное приложение;
- 88 % ищут адрес и местонахождение кафе или ресторана в мобильном приложении.

Широкое применение технологических инноваций, постоянное обновление спектра предлагаемых услуг позволяют предприятиям общественного питания привлекать новых клиентов, особенно молодежь. Инновационные подходы, существующие в сфере сервисного обслуживания на предприятиях общественного питания, можно представить как отдельные направления.

Технико-технологические инновации. Предусматривают использование новейших технических достижений, аппаратов и приспособлений, а также новых технико-технологических приемов труда. Чаще всего это связано с применением компьютерной техники, облегчающей и улучшающей всю производственную деятельность. С такой целью была создана автоматизированная система управления iiko, интегрирующая в единое информационное пространство все процессы деятельности ресторанного бизнеса в режиме реального времени – управление материальными, финансовыми и человеческими ресурсами отдельного ресторана, а также целой сети предприятий общественного питания. Интерактивные технологии стремительно распространяются в сфере ресторанного бизнеса.

В мировой практике уже существуют рестораны, посетители которых могут самостоятельно управлять интерьером помещения и сервисом: столы представлены огромными планшетами, а пол, стены и барная стойка являются интерактивными поверхностями, с помощью которых можно «заказать» дизайн помещения и даже внутреннюю атмосферу. Пользуясь планшетом, клиенты получают информацию о кухне, без официанта сами выбирают блюда, делают заказ, наблюдают за работой повара, отправляют сообщения, играют в компьютерные игры и даже могут на свой вкус оформить интерьер.

Новые функции в ресторанном деле Франции выполняет инновационный нейронный шлем Neurokiff, используемый ранее в медицине – он помогает измерять уровень вкусовых ощущений у посетителей ресторана. Новые технологии позволяют тестировать новые блюда, состав ингредиентов или сочетания «еда и вино», что дает возможность сразу узнать, понравятся ли блюда клиентам. Такое применение Neurokiff позволяет «читать в прямом эфире» ощущения человека, съедающего пищу или выпивающего вино.

Способ использования нейронного шлема Neurokiff довольно прост. Клиент надевает шлем, подключенный к планшету. Во время употребления пищи датчики, встроенные в шлем, записывают в режиме реального времени

волны, излучаемые мозгом человека. Планшет интерпретирует эти волны как положительные или отрицательные эмоции и раскрывает четыре возможных типа этих эмоций, а именно «волнение», «размышление», «тоска» и «разочарование», которые может испытывать клиент. Интерпретируя мозговые излучения и изучив эмоциональные состояния клиента, ресторатор получает возможность создавать новые продукты и сочетания блюд, адаптируя их к ощущениям положительных эмоциональных тестов. Шлем может использоваться также при запуске новой винной карты, для оценки возможной популярности нового, усовершенствованного продукта, прежде чем предлагать его клиентам. Таким образом, он может стать настоящим инструментом дегустации и оценки для шеф-повара или сомелье. Рестораторы отмечают, что разработка меню, использование новых продуктов или создание новой винной карты являются для предприятий общественного питания довольно трудоемкими и рискованными с финансовой точки зрения процедурами. Прежде чем инвестировать средства в дорогую рекламную кампанию новых продуктов и ароматов или задействовать целые команды сотрудников, можно использовать Neurokiff, что позволит достичь цели путем анализа реакции клиентов.

Робототехника и инновационные технологии постепенно внедряются в сферу питания. Открытие роботизированного пилотного ресторана «Pazzi» в Париже привлекло особое внимание публики. Авторы предложили полностью автономный ресторан, функционирующий с помощью робота, способного готовить 120 видов пиццы в час и предлагающего 500 000 различных вкусовых комбинаций с учетом технологий, соответствующих стандартам качества производства. Данный проект был уникальным. Пришлось экспериментировать, готовить много пиццы и проводить множество испытаний, иногда неудачных. Например, необходимо было пересмотреть принцип приготовления теста, разработать и изготовить на заказ новое оборудование – роботизированные «руки» и совершенно нового вида печь, напрямую взаимосвязанную с работой робота.

В настоящее время компания планирует открыть от 500 до 1000 роботизированных ресторанов по всему миру, где роботы-пиццайоло будут производить пиццу в три раза быстрее человека. Идя навстречу клиентам, ресторан «Pazzi» предлагает не только пиццу или кулинарное шоу, но и ряд уникальных преимуществ: круглосуточное обслуживание, возможность составлять огромное количество рецептов из свежих и качественных продуктов как производителями, так и самими заказчиками, обслуживание за несколько минут.

Компания планирует к концу текущего года продавать свое роботизированное оборудование партнерам и передавать ноу-хау в виде франшизы, лицензии или мастер-франшизы во Франции и соседних странах. Находясь в зоне риска, сектор общественного питания регулярно проходит проверки санитарного контроля. Предприятия общественного питания обязаны гарантировать безопасность пищевых продуктов. Поэтому инновации в данной сфере играют важнейшую роль для поддержания здоровья всего населения. В

этих целях во Франции внедрена цифровая система санитарного контроля НАССР (HazardAnalysisCriticalControlPoint), называемая «методом анализа опасности критической контрольной точки», которая позволяет выявлять, оценивать и контролировать значительные недочеты, влияющие на гарантии безопасности пищевых продуктов.

Благодаря использованию кухонного сенсорного планшета, подключенного к цифровой программе, существует возможность проследить и записать информацию для проведения санитарного контроля: колебания температуры, время приема продукции и т. д. Все обязательные записи производятся непосредственно через экран в течение нескольких минут. Цифровые данные, документация и галерея фотографий продукции сохраняются в цифровом облаке, что впоследствии упрощает поиск информации. Дополнительный модуль позволяет печатать этикетки, наклеиваемые на продукты, чтобы гарантировать их свежесть соблюдать и срок годности. После проведения анализа рисков, потенциально опасных факторов были определены критические точки и их пороговые значения, создается система мониторинга. Чтобы в случае проверки инспектор мог получить всю информацию, необходимо вести ежедневный реестр. Перевод повседневных операций в цифровую форму позволяет их значительно упростить и получить прямой доступ к данной информации в любое время в любом месте.

Сервисные инновации. С целью развлечения клиентов некоторые французские предприятия питания разрабатывают собственные мобильные приложения. Появился ряд ресторанов и кафе, установивших на столах сенсорные планшеты для самостоятельного формирования заказа, игры или оплаты счета. Например, сеть предприятий общественного питания «Applebee's» установила около 100 000 планшетов в своих двух тысячах ресторанов. В некоторых ресторанах Франции посетителям предлагают карту вин на планшете iPad. Так, фирма «iWinePad» предоставляет рестораторам приложение, позволяющее презентовать карту вин в электронном виде, которое было создано профессиональным ресторатором и сомелье Кристофом Буаселье. Своеобразная «e-carte» знакомит клиентов с предложенным списком вин и служит справочником сомелье: вина классифицированы по различным регионам, наименованиям, сортам винограда, году производства и ценам. Главное – при заказе клиент получает справку о винах, сочетаемых с выбранными блюдами и рекомендуемых для приема. Такая методика позволяет не только расширить кулинарные познания посетителей, но и значительно поднять показатели товарооборота напитков, увеличивая количество и качество продаваемой продукции. Потребители также считают электронную версию винной карты более эстетичной, простой и увлекательной, вызывающей интерес к дегустации вин и заказу новых напитков.

Организационно-технологические инновации. Представляют концепцию ресторана и все составляющие его деятельности, включая стратегию позиционирования, маркетинговые и рекламные программы по привлечению и удержанию клиентов, раскрывающие содержание новых видов услуг, более

эффективных форм и методов обслуживания. Повышение качества ресторанного обслуживания приводит к росту числа посетителей и, следовательно, к увеличению прибыли.

Новые формы обслуживания предлагает английский ресторан «Yo! Sushi», где посетители берут роллы и суши со специального конвейера, движущегося мимо столиков. Ресторанов с таким видом обслуживания насчитывается уже более 150. Рестораторы данного заведения разработали еще одну очень неожиданную новую технологию обслуживания – летающего робота iTray, способного доставлять блюда, заказанные клиентом, к нему на стол. В дрон вмонтирована камера, и он контролируется дистанционно через Wi-Fi. Летающий робот способен перемещаться со скоростью 40 км/ч на дистанцию 50 м и доставлять блюда посетителям гораздо быстрее, чем официанты.

Особый интерес представляет система оплаты счета с помощью мобильного телефона, получившая широкое распространение в США и странах Азии. В Европе и России подобная система оплаты на предприятиях общественного питания распространяется медленно, так как требует разработки и установки специальных мобильных приложений, доступных для iPhone и Android. Оплата через мобильный телефон дает много преимуществ рестораторам и клиентам: простота в оплате чека; отказ от наличных денег и от терминала для считывания сведений с кредитных карточек; отсутствие комиссионных процентов на транзакции; быстрое перечисление денежных средств.

Технологические новшества влияют также на финансовую сторону сферы общественного питания. Возможность производить оплату через мобильный телефон уже появилась во многих областях деятельности. Пример тому – создание и внедрение на предприятиях общественного питания Франции электронной системы бухгалтерского учета и ведения кассовых операций «iKentoo», которая предлагает более 150 функций. Благодаря использованию централизованной платформы управления iKentoo, ресторатор может планировать, управлять деятельностью ресторана, следить за процессом и его результатами. Независимо от того, находится ли ресторатор в офисе, дома или в отпуске, он имеет доступ из своего электронного бэк-офиса ко всей информации, связанной с кассовым аппаратом и финансовыми операциями: меню, ценам, продуктам или запасам. Платформа iKentoo вышла на международные рынки и используется уже в 28 странах. Ввиду того, что в разных странах потребности отличаются, приложение было доработано с целью адаптации к пожеланиям зарубежных клиентов.

Управленческие инновации. Направлены на улучшение внутренних и внешних связей предприятия питания с использованием инновационного менеджмента. В данном случае разработана оригинальная маркетинговая концепция, используются инновационные маркетинговые приемы, проводятся PR-акции. Новые технологии успешно используются для оптимизации доставки продукции. Речь идет о геолокации, или отслеживании, позволяющей как

профессионалам, так и клиентам контролировать в режиме реального времени процесс доставки заказа.

Применение эффективных инновационных стратегий развития, соответствующих потребностям рынка является один из важнейших факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятий ресторанного сервиса. Яркие предпринимательские идеи, разработка и внедрение оригинальных продуктов и услуг, современные формы организации и управления предприятиями общественного питания создают новый имидж этих предприятий, предоставляют широкие возможности для инновационного развития.

Литература

1. Чугунова О.В., Соловьева В.П., Пономарев А.С. К вопросу о применении профессиональных стандартов в индустрии гостеприимства // Индустрия питания|FoodIndustry. 2017. № 3. С. 52–59.
2. Гулаков Н.В. Организация инновационного процесса на предприятиях сферы услуг // Вестник Чувашского университета. 2011. № 1. С. 339–342.
3. Инновации в ресторанном бизнесе 2013 г.
4. Константинова Е. Управление ресторанами: новые технологии и тренды. 2018.
5. Харина Т.В. Инновационность как фактор конкурентоспособности предприятий ресторанного бизнеса // Инновационные технологии в сфере питания, сервиса и торговли: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. С. 156–160.
6. Программа iiko – система для автоматизации ресторанов. 2018.
7. Карманова А.Е. Инновационные технологии в общественном питании//Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования, 2017. № 1 . С. 134-141.