

Польоти на дирижаблі зовсім не представлені на ринку південного регіону України. Тут проблема, скоріше, у відсутності пілотів з потрібним рівнем досвіду та той факт, що більшість людей і зовсім не знають про можливість організації такої розваги. Хоча місцевість регіону ідеально підходить для цього.

Схожа ситуація і з гелікоптерами. Вони є тільки на туристичному ринку Одеси. Але тут проблема полягає у високій вартості послуг, невисокому рівні добробуту населення, поганій інформаційній підтримці, особливо іноземних туристів, та низькому рівні сервісу.

Отже, екстремальні (повітряні) види туризму мають великий потенціал на Півдні України у сучасній сфері відпочинку та розваг.

На нашу думку, проблеми рівня сервісу та інформаційного забезпечення можуть бути вирішені шляхом підтримки з боку держави та впровадженням сучасних методів рекламно-презентаційної діяльності.

Список використаних джерел:

Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 141 с.

Бастун В.Н. Начало становления и развития водного туризма в Киеве. Спогади ветеранів самодіяльного туристського руху в Україні / В.Н. Бастун – Видання 2-е, доповнене: Самодіяльний туризм у Києві в 1950-1970-х рр. ХХ століття. – К.: , 2001

Друк В.В. Державне управління: удосконалення та розвиток / В.В. Друк – 2012. – №5

Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.

Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – К. : Знання, 2011. – 334 с.

Крилова Є., студентка
Науковий керівник: Гарбар Г.А.,
д. філософ. н., професор,
ВП МФКНУКіМ, м. Миколаїв

ІННОВАЦІЙНІ ВИДИ ПОСЛУГ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сьогодні важко уявити світ ресторанного господарства без інноваційних процесів, що спрощують життя рестораторам і їх споживачам. Швидкий темп зростання ІТ-технологій змушує ресторани включати нові концепції створення сучасних видів послуг, нових ступенів формування сервісу для світового ринку. Інноваційні процеси відіграють важливу роль у житті будь-якої людини. Вони створюють атмосферу гостинності, що поєднує в собі сучасні технології, яскраві враження та комфорт.

З огляду на це, актуальним є впровадження інновацій в заклади ресторанного господарства та подальший перспективний розвиток нововведень як якісної трансформації послуг для забезпечення конкурентоспроможності.

Вагомий внесок у розгляд ресторанного господарства як специфічної сфери людської діяльності зробили дослідники О. Давидова, О. Шалева, Н. Полетяпа, Л. Яцуп, О. Борисова, М. Ремапа, Т. Копа, І. Федулова та ін. Проте багато актуальних і досить складних питань, пов'язаних в ресторанному бізнесі залишається поза увагою вчених та спеціалістів.

Метою статті є дослідження особливостей інноваційних видів послуг в ресторанному бізнесі та його перспектив.

Інновація – це новостворені (застосовані) і вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру виробництва і соціальної сфери.

Ресторан – це складний механізм, гарне функціонування якого залежить від злагодженої роботи всіх його складових. Однією з них є меню. Меню – це головний інструмент продажів, і кількість їх буде залежати саме від того, яким воно буде. Сучасні інновації коштують недешево, але це єдиний шанс забезпечити власне виживання на ринку. В останні роки у ресторанному сервісі стало популярним нововведення: електронне меню (e-Menu) та меню на вітринах ресторанів.

Електронне меню (e-Menu) – це інтерактивне меню, що реалізується за допомогою сенсорного дисплею, який розміщують біля столу або на столі, за яким сидить гість чи біля барної стійки [2].

Електронне меню це сучасний засіб прямого спілкування зі споживачем, що дозволяє ефективно інформувати його про всі новинки меню і додаткових послуг. Важлива перевага e-Menu – його інформативність та інтерактивність.

Цей сервіс може застосовуватися як відвідувачами, так і офіціантами. У першому випадку відвідувач замість звичного меню користується iPad-ом, за

допомогою якого він може підібрати з карти вин закладу за ціною, регіоном виробництва, букетом, а потім до нього – страву з меню. Також існує можливість підрахувати калорійність певних страв, а при виборі страв – відразу побачити остаточний чек замовлення. Під час очікування на замовлення можна ввійти в мережу Інтернет, переглянути новини, пограти в ігри [4].

Існує 4 варіанти системи (e-Menu):

- Переносний варіант – Офіціант приносить iPad гостям замість паперового меню;
- Стаціонарний варіант – iPad закріплені на столах спеціальними тримачами;
- На базі антивандальних сенсорних моноблоків.
- На базі eMenuTable – стіл з вбудованим сенсорним дисплеєм.

Завдяки електронному меню в закладах ресторанного господарства помилки в замовленні зводяться до нуля.

Один з основних способів залучення споживачів і збільшення доходу будь-якого підприємства полягає в пропозиції йому нового товару. Щоб утримати клієнтів і підняти свій рейтинг серед конкурентів різні ресторани заклади застосовують нові моделі інновацій. Адже відвідувачам стало замало стильного інтер'єру та якісної смачної їжі, і тому кожного року збільшується популярність впровадження нових технологій.

Один з видів інновацій в ресторанному бізнесі полягає в тому, щоб показати меню прямо на вітрині ресторану. Таке меню включає в себе використання муляжів страв. Це полегшує для клієнтів процес вибору як самого ресторану, так і запропонованих страв.

Винахід QR-коду – двомірного штрих-коду – відкрив нові необмежені можливості для on-line взаємодії компаній і споживачів. У маленькому яскравому квадратному лабіринті QR-коду можна запрограмувати всі відомі інновації ресторанного бізнесу.

Абревіатура QR перекладається з англійської як «швидкий доступ», а сам матричний код здатний утримати величезний обсяг інформації у вигляді тексту, цифр, URL-адрес, календарів, схем, зображень. Швидкість розпізнавання QR-коду дуже висока, його можна розміщувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню, і закінчуючи різними вивісками і навіть розтяжками. Сканувати ж його можна мобільним телефоном або відеокамерою ноутбука [3].

QR-код, розміщений на чеку клієнта, – це чудовий рекламний хід. За допомогою QR-коду ресторан може оповіщати своїх клієнтів про акції, лотереях, розіграшах, активізувати всілякі програми лояльності, влаштовувати

голосування, інтерактивні опитування і швидко отримувати відгуки про ресторан від клієнтів [1].

Різновидом режиму відкритої кухні є Теппан-шоу. Теппан-шоу – це демонстрація віртуозного приготування кухарем на очах відвідувачів певної страви, зазвичай східної, на спеціальній металевій поверхні – столі (теппані) без посуду шляхом швидкого обсмажування (часто із застосуванням відкритого вогню) [4].

Завдяки такому шоу, відвідувачі мають змогу на живу побачити як готує професіонал свої страви. Теппан-кухар віртуозно створює грандіозний кулінарний шедевр, на очах відвідувачів, супроводжуючи це видовище захоплюючими рухами рук і страви. Хоча сам процес шоу подобається всім, запахи страв та вигляд використаного посуду в деяких викличе дискомфорт. Тому ресторани вдосконалили такий вид послуг. Поруч з робочим місцем кухаря встановлюється відеокамера, а за діями кухаря по монітору спостерігають лише ті відвідувачі, яким це до вподоби.

Нещодавно з'явився новий напрям інноваційних послуг 3D-меппінг. Уявіть, ви приходите в ресторан, робите заказ, а до вас приходить Le petit chef – 3D-кухар і готує у вас в тарілці. Такий вид послуг розповсюджений в ресторані французької кухні. Таку інноваційну технологію продемонстрували Філіп Стеркс і Ентун Вербик. Ця тривимірна проекція є оригінальним прикладом для новітніх ресторанних послуг. За допомогою 3D проекції автори влаштували дивовижне шоу. Le petit chef готував перед очима здивованих клієнтів різноманітні страви, після завершення відвідувачам приносили справжні.

Отже, нами розкрито зміст й особливості інноваційних видів послуг в ресторанному бізнесі, з'ясовано та обґрунтовано види і форми інноваційних послуг, які різко змінили життя рестораторів, внесли креатив у ресторанний бізнес. Визначено, що впровадження інновацій у сфері ресторанного бізнесу обумовлюється мінливими вимогами споживачів, і є основною характеристикою сучасної покращеної системи послуг. Інновації істотно змінили індустрію громадського харчування, тому важливо бути в курсі актуальних новинок ресторанного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Інновації в ресторанному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikibooks.org/wiki>. – Назва з екрана.

2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства – Режим доступу : <http://pidruchniki.com>. – Назва з екрана.
3. Портал гостиничного и ресторанного бизнеса [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prohotelia.com.ua>. – Назва з екрана.
4. Шалева О.І. Торгівля, комерція, підприємництво. – 2013. – Випуск 15. – С.142–145

Ляшко Ю.О., студентка

Науковий керівник: Єрмолаєва Г.А.,
к.п.н., доцент, ВП «МФ КНІУКіМ»,
м. Миколаїв

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНО-ВІРТУАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ НА ТУРИСТИЧНУ СФЕРУ УКРАЇНИ

Сьогодні в туристичній індустрії України значна увага надається її інформаційному забезпеченню як важливій умові функціонування та розвитку. Ефективне функціонування неможливо без вчасного доступу до якісної інформації.

Інформаційно-віртуальні туристичні ресурси – це банки даних про туристичні об'єкти (засоби розміщення відпочиваючих, пам'ятки та пам'ятники, побут, звичаї народів тощо), набір і вартість туристичних послуг, існуюча інфраструктура, подані й доступні у цифровому або електронному вигляді (Інтернет-сторінки, інтерактивні атласи та карти, засоби оплати і резервування), які використовують для задоволення різноманітних потреб сучасного споживача туристичних послуг. Вони, а також сукупність технічних засобів (електронної техніки, мереж і програм обробки даних з метою отримання нової інформації) створюють інформаційне середовище туристичної сфери діяльності, в якому сучасні інформаційні технології надають доступ до таких інформаційно-віртуальних ресурсів, що сприяють розвитку туризму:

- пізнавальні ресурси (Інтернет-сторінки та віртуальні тури, на яких споживач послуг може попередньо ознайомитись із місцем поїздки, визначними місцями, цінами та сервісом послуг);

- допоміжні ресурси(електронні атласи, електронні атласи доріг із прив'язкою до пристроїв глобального позиціонування GPS, Інтернет-карти, такі як GoogleEarth);

- організаційні ресурси (електронні засоби резервування квитків на транспорт, готель, електронні засоби оплати).