

Міністерство освіти та науки України
Національний університет харчових технологій

**Міжнародна наукова конференція,
присвячена 130-річчю
Національного університету
харчових технологій**

**«Нові ідеї в харчовій
науці – нові продукти
харчовій промисловості»**

13-17 жовтня 2014 року

Київ НУХТ 2014

QR-код у ресторанному бізнесі

О.В. Драненко, О.М. Усатюк, О.В. Арпуль

Національний університет харчових технологій

У сфері обміну інформацією у зв'язку з розвитком ІТ-технологій звичні способи посилання на Web-ресурси, зокрема URL-адреса сайтів, втрачають свою актуальність. Популярними стають нові способи кодування інформації у графічному вигляді – матричні коди, зокрема QR-код.

QR-код (від англ. *quick response* – швидкий відгук) був розроблений і представлений японською корпорацією «Denso-Wave» в 1994 році. Основною його перевагою є швидке і легке розпізнавання скануючим непрофесійним обладнанням, зокрема камерою мобільного телефону і планшетного комп'ютера. Цей двомірний штрих-код здатний зберігати величезний обсяг інформації у вигляді тексту, цифр, календарів, схем, зображень. QR-код відкрив нові можливості для online-взаємодії компаній і споживачів, що зумовило його активне використання у різних галузях промисловості, торгівлі, туризмі та ресторанному бізнесі [1].

Заклади ресторанного господарства Японії і США активно почали використовувати QR-код для залучення гостей вже досить давно. Біля входу розташовують носії зовнішньої реклами (штандери, вивіски, банери) з нанесеним кодом, зчитавши який користувач може зайти на сайт ресторану, переглянути меню, ознайомитися з відгуками відвідувачів, дізнатися про спеціальні пропозиції, забронювати столик та зробити замовлення. Матричний код можна розмістити на будь-яких носіях – касових чеках, меню, друкованій рекламній продукції, устаткуванні торговельної зали і навіть стінах закладу. Очікуючи виконання замовлення, гість може за допомогою QR-коду познайомитися з історією ресторану, подивитися відеоролик про команду ресторану, отримати дружнє послання від шеф-кухаря, а також спостерігати за процесом приготування страви на кухні. Крім того, QR-код дозволяє підійти більш обґрунтовано до вибору страв та напоїв, переглянувши професійні фуд-фото, ознайомившись з переліком інгредієнтів, нутрієнтним складом та калорійністю, відсотком задоволення добової потреби в окремих макро- та мікронутрієнтах, інформацією цікавою та корисною, розмістити яку в меню немає можливості.

QR-код відкриває для ресторанного бізнесу нові можливості та дозволяє втілити їх у життя, а розуміння рестораторами суті інновацій та постійне вдосконалення їх у сучасних умовах дає змогу підприємствам ресторанного господарства більш ефективно здійснювати свою діяльність, збільшувати прибутки та підвищувати конкурентоспроможність на ринку.

Література

1. Шевченко, К. О. Використання інформаційних технологій у сервісі готельно-ресторанного бізнесу / К. О. Шевченко, К. В. Свідло // Актуальні проблеми розвитку харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі : всеукр. наук.-прак. конф. мол. учен. і студ., 25 квітня 2013 р. : [тези у 2-х ч.]. – Х. : ХДУХТ, 2013. – Ч. 2. – С. 354.