

УДК: 640.43:004

## НОВИ ТРЕНДОВИ И ПРИМЕНА НА ИНОВАЦИИ ПОРАДИ УНАПРЕДУВАЊЕ НА КВАЛИТЕТОТ ВО РЕСТОРАНСКАТА УСЛУГА

Јулијана Саздова<sup>1</sup>, Горан Антониевски<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Д-р, Универзитет „Гоце Делчев“ Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика,  
e-mail: [julijana.sazdova@ugd.edu.mk](mailto:julijana.sazdova@ugd.edu.mk)

<sup>2</sup>Д-р, СОУ „Коле Нехтенин“ Штип, e-mail [goran.antonievski@yahoo.com](mailto:goran.antonievski@yahoo.com)

### Апстракт

Проблеми кои ќе се истражуваат во овој труд се новите трендови и нивната примена на иновации се со цел да се унапреди квалитетот на ресторанската услуга.

Еден од трендовите е зголемувањето на автоматизацијата на работниот процес, што во пракса се состои од безжични уреди за полесно примање на налози, водење евиденција за нарачки, наплата и слично. Придобивките од зголемувањето на автоматизацијата се помалку грешки при примање и издавање налози, увид во фреквенцијата на нарачување одредени оброци, увид во можноста или неможноста за издавање на одредени оброци или пијалаци, побрза наплата, можност за резервација за следниот пат, автоматско наплата попусти и многу повеќе.

Присуството на информатичка технологија не мора да биде исклучиво видливо за гостите. Овие технологии најдоа примена и во просторите што ги користи исклучиво персоналот (кујна, магацини и сл.) и од голема важност е можноста за поврзување на неколку различни уреди преку компјутери. Овој вид технолошка иновација овозможува надзор над текот на работењето и контрола на исправноста на уредот, што овозможува навремено реагирање и отстранување на сите неправилности.

Употребувањето на новите трендови со помош на информатичка технологија може да се искористат за истражување на пазарот, така што класичното теренско истражување се заменува со други методи. Коментарите на потрошувачите, кои се достапни на веб-страницата, даваат можност да ја следат конкуренцијата, да ги следат нивните иновации, промоции и други релевантни активности што можат да влијаат на унапредување на квалитетот на ресторанската услуга.

**Клучни зборови:** Мобилни апликации, Дигитално мени, Баркод скенирање, Паметни работни маси

### Вовед

Угостителските објекти се состојат од меѓусебно поврзани потсистеми. Денес управувањето со угостителските објекти е невозможно да се замисли без да се користи интелигентен интегриран информациски систем со електронски компоненти. Постојат многу фактори кои влијаат врз изборот на соодветен угостителски информациски систем.

Денес, континуираниот развој на информатичката технологија овозможува разни форми на комуникација и деловни размени и задачи кои се потребни за успешен бизнис. Да се обезбедат квалитетни угостителски услуги многу е важно да се продолжи со развојот на информатичките технологии што ги следат светски трендови во услужниот бизнис.

Угостителските објекти инвестираат одредени износи за воведување на компјутерски и информатичките технологии во нивниот бизнис за поефикасен и прецизен начин за управување со угостителските објекти. Информатичките системи им помагаат на вработените во угостителските објекти да се фокусираат на подобрување на деловниот процес и давање на услугата со додадена вредност, што придонесува за задоволување на гостите.

### **Информациско – комуникациска технологија во ресторанското работење**

Информатичката технологија е составен дел од современиот бизнис. Постигнувањата во оваа област овозможуваат подобро деловно работење, но и подобра и побрза комуникација помеѓу угостителските објекти и потрошувачите. Технолошките иновации најдоа широка примена во угостителската индустрија, бидејќи тие овозможуваат директен контакт со потенцијални потрошувачи, ги намалуваат трошоците и придонесуваат за побрзо деловно работење. Индустријата за ресторани во голема мера ја прифати информатичката технологија со сите придобивки што ги носи за бизнисот. Присуството на овие технологии го менува искуството на потрошувачите кои со текот на времето стануваат сè понапорни. Иако е познато дека во секторот гостопримство, човечкиот фактор е најважниот фактор за квалитетна услуга и дека технолошките иновации не се во можност целосно да ја заменат улогата на персоналот, нивната примена секако ја олеснува работата на персоналот, и придонесува за подобар квалитет на услугата и задоволство на клиентот.

Според Ansel and Dyer употребата на информатичката технологија во рестораните има четири важни улоги:<sup>1</sup>

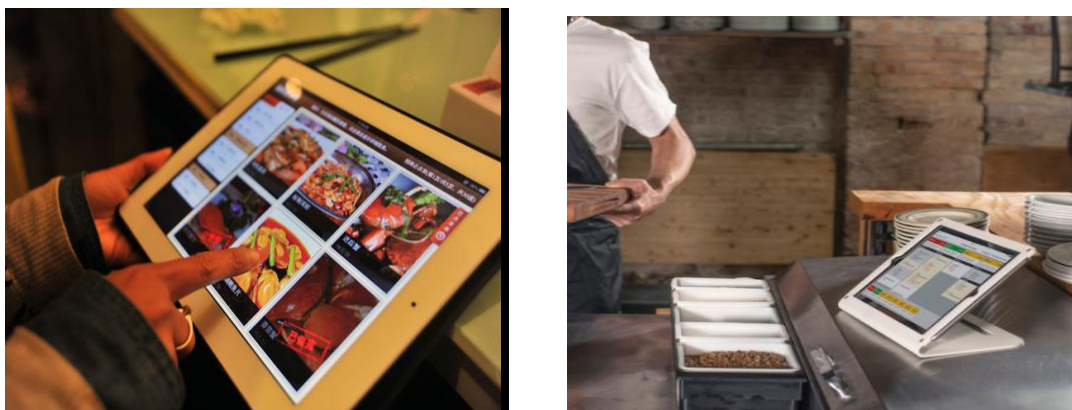
- намалување на деловните трошоци,
- подобро управување со вработените и приходите,
- подобрување на конкурентската предност и
- можноста да се прилагодат на специфичните барања на гостите.

Еден од трендовите засновани на технолошките достигнувања е зголемувањето на автоматизацијата на работниот процес, што во пракса се состои од безжични уреди за полесно примање на налози, водење евиденција за нарачки, наплата и слично. Поранешниот став дека инвестирањето во технолошка иновација е само дополнителен трошок е заменет со ставот дека, со оглед на побарувањата на пазарот, таквата инвестиција е всушност инвестиција за иден профитабилен бизнис.

Дополнителните придобивки се: помалку грешки при примање и издавање налози, увид во фреквенцијата на нарачување одредени оброци, увид во акциите и можноста или неможноста за издавање на одредени оброци или пијалаци, побрза исплата, можност за резервација за следниот пат, автоматско наплата попусти и многу повеќе. Се ова што е погоре наведено го намалува времето на чекање и со тоа се придонесува за поголемо задоволство на гостинот.

---

<sup>1</sup> Ansel, D., Dyer, C., (Issue published: June 1, 1999) Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Volume: 40 issue: 3, page(s): 74-84



Слика бр.1 информатичката технологија во ресторан

Некои ресторани ги прифатија придобивките од информатичката технологија до таа мерка што се инсталирани таблети, со чија помош гостите можат да изберат што сакаат да консумираат, да изберат начин на плаќање и слично. Без разлика колку детали им се достапни на гостите преку таблет, секогаш ќе има посебни барања и прашања на кои уредите нема да можат да одговорат. Бидејќи не сите гости се вешти во користењето на овие уреди, персоналот е должен да ги поучува во процесите на нарачување. Ова е токму моментот кога персоналот може да донесе топлина со својата љубезност и да ги натера гостите да се чувствуваат поудобно во ресторанот. Затоа, присуството на луѓе е неизбежно во услужниот сектор и токму ова е одговорно за ефикасно работење на многу угостителски објекти.

Присуството на информатичка технологија не мора да биде исклучиво видно за гостите. Овие технологии најдоа примена во простории што ги користи исклучиво персоналот (кујна, магацини и сл.) и од голема важност е можноста за поврзување на неколку различни уреди преку компјутери. Нормативите и методите за подготовка на секое јадење се внесуваат во компјутерите, а можно е да се контролираат термичките и разладните уреди преку еден уред (компјутер), дури и надвор од зградата - далечински пристап (пр. промена на температурата во фрижидерот или прилагодување на температурата на маслото во фритеза). Овој вид технолошка иновација овозможува надзор над текот на работењето и контрола на исправноста на уредот, што овозможува навремено реагирање и отстранување на сите неправилности. Придонесот на применетите технолошки иновации секако е видлив во рамките на рационализацијата на оперативните трошоци, и тие сè повеќе се применуваат за контрола на системите за осветлување, греење и вентилација.



Слика бр.2 роботиката во угостителството<sup>2</sup>

<sup>2</sup><https://www.expatwoman.com/ewfood/uae-dining/dubai-cafe-opens-complete-robot-staff> (пристапено на 14.07.2021 год.)

Иако роботиката во угостителството често се прифаќа со резервации, некои ресторани ширум светот успешно ја применуваат во деловните активности. Примената на роботиката и другите напредни технологии не мора да значи отсуство на човечки труд, но може да придонесе за подобрување на нивното искористување, односно забрзување на работните операции и обезбедување подобра услуга.



Слика бр.3 роботиката во угостителството<sup>3</sup>  
Figure no.3 robotics in catering

Да се знае што сакаат потрошувачите отсекогаш било прашање на кое сите даватели на услуги и производители барале одговор. Ова би имало позитивен ефект врз задоволството на потрошувачите, што може да се обезбеди со персонализирани услуги. Во минатото, повратните информации од гостите, во врска со квалитетот на услугите и нивните преференции, беа собрани преку печатени картички (comment cards), додека во денешно време се повеќе луѓе прибегнуваат кон можностите обезбедени од информатичките технологии. Гостите можат да внесуваат коментари преку електронски уреди или преку веб-страницата на ресторанот каде што се сместени прашалниците. На овој начин, менаџерите на ресторани добиваат одговори за задоволството на потрошувачите, нивните навик и желби. Исто така, анализата на набљудувањата на гостите може да открие недостатоци и врз основа на овие информации да се прилагоди понудата, како и начинот на работа. Комуникацијата на рестораните со вистински и потенцијални гости преку Интернет обезбедува заемни придобивки. Ова е исто така многу евтин начин на истражување на пазарот, така што класичното теренско истражување се заменува со други методи. Коментарите на потрошувачите, кои се достапни на веб-страницата, даваат можност да ја следат конкуренцијата, да ги следат нивните иновации, промоции и други релевантни активности што можат да влијаат на освојувањето на пазарот. Затоа, преземањето на одредени деловни активности (иновација на понудата, воведување на нови методи на резервација, плаќање и сл.) често е инспирирано од слични активности на конкуренцијата. Размената на информации од овој вид е често достапна за пошироката јавност, а со тоа и за персоналот кој може да прочита дали гостите се задоволни од услугата што ја дале или имаат забелешки. Во извесна смисла, ова може да има стимулативен ефект врз персоналот со цел да се стреми да обезбеди највисок квалитет на услугата и да го намали бројот на негативни коментари што влијаат на рејтингот на ресторанот. Покрај тоа, менаџерите на овој начин имаат дополнителна алатка за контрола на квалитетот на обезбедените услуги и увид во задоволството на гостите.

<sup>3</sup><https://metro.co.uk/2019/08/18/restaurant-where-waiters-have-been-replaced-with-female-robots-10589560/>  
(пристапено на 14.07.2021год.)

Рестораните се во можност покрај тоа што користат свои веб-страници, да користат и други портали како алатка за подобрување на нивниот бизнис. Социјалните мрежи не се само место за забава, туку станаа ефективно средство за дистрибуција на информации до потрошувачите, туку и за поедноставена комуникација во спротивна насока (потрошувач → ресторан). Достигнувањето информации до повеќе потрошувачи дава поголеми шанси за зголемување на обемот на работа, односно приходот. Она што ја зголемува важноста на социјалните мрежи во работењето на угостителските објекти е нивното присуство на мобилните телефони на корисниците. Се поголема е употребата на „паметни телефони“ (Smart phones) кои овозможуваат инсталирање на апликации за социјално вмрежување или апликации кои се специфично поврзани со ресторан. На овој начин, корисниците имаат можност да добиваат известувања што ги пуштаат рестораните, каде и да се. Бидејќи има се повеќе такви уреди што се нудат и тие се најинтересни за мнозинството корисници, присуството преку сопствена апликација на телефонот на корисникот е многу логичен потег на рестораните што гледаат чекор напред. Дополнителна можност на рестораните да бидат присутни во јавноста и да ги информираат потрошувачите е со објавување видеа на веб-страницата. Видеата може да ги објавуваат на веб-страницата на ресторанот, или денес се почесто е да се отвораат специјални канали на порталот Јутјуб (Youtube). Корисниците можат да изберат да ги следат настаните на овие портали и да бидат соодветно информирани секогаш кога ажурирањата на снимките, но и општо на другите информации, ги извршува ресторанот. Ваквите маркетинг активности претставуваат многу поволен модел за ресторани, бидејќи тие се финансиски прифатливи, а видеата за подготовка на храна или презентации на други услуги се многу важен фактор при донесување одлуки за посета на ресторан. Популарен начин да се биде во контакт со потрошувачите е да се испраќа е-пошта и СМС-пораки. Потрошувачите можат да добиваат известувања на овој начин и да бидат во тек со настаните организирани од угостителските објекти. Воспоставувањето силен контакт со потрошувачите преку исполнување на нивните очекувања и обезбедување персонализирана услуга го прави модел за стекнување редовни гости. Ова практично значи дека ресторанот може да понуди услуга која е единствена и потрошувачите ја доживуваат како најповолна опција. Со цел да се обезбеди единствена услуга, покрај примената на технолошките иновации, важноста на персоналот во никој случај не е занемарлива, бидејќи без оглед на степенот на имплементација на информатичката технологија, персоналот е клучот за разликување од конкуренцијата и обезбедување на уникатно искуство. Потребно е на персоналот да се обезбеди соодветна информатичката обука, за да може да ја користи истата, која е од голема важност. Примената на информатичката технологија во рестораните може да се опише како активност за создавање на единствен систем што ќе поддржува управување со организација, управување со човечки ресурси, истражување, продажба и контрола на деловното работење и подобрување на квалитетот на услугата.

### **Употребата на технологијата во ресторанската индустрија**

Очекувањата на технологијата во ресторанската индустрија првенствено се насочени кон ефикасноста на услужниот процес, а примената на технологијата во ресторанската индустрија може да се набљудува преку одделите front office и back office.

Истражувањето на групацијата METRO и Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) спроведено во Европа и Јапонија во 2016 година докажува дека независните ресторани се подобро технолошки опремени во front office.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Laškarin, Ažić, M., (2018) Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija

Конкурентската предност на рестораните се постигнува преку сите видови иновации во рестораните, истовремено овозможувајќи подобра ефикасност, ефикасен маркетинг и софистицирано работење.<sup>5</sup>

Брзиот развој на технологијата во мобилниот маркетинг, плаќањето, употребата на социјални мрежи, геолокацијата на гостите го отежнува проценувањето на какво било значење на одредени технолошки иновации за угостителските објекти. Факт е дека технологиите го менуваат начинот на работа, од маркетинг и продажба до резервации, комуникација со гости и услуги. Секој од овие деловни процеси доживеа некаква форма на подобрување на ефикасноста, што го прави неопходно, но не и клучно за деловниот успех. Најважните деловни процеси за кои рестораните ја сметаат технологијата важна или многу важна за поддршка се: разни опции за плаќање, современи алатки за комуникација со гости и финансии, додека за резервации, управување со човечки ресурси и испорака сметаат дека технологијата е неопходна за нивниот развој.<sup>6</sup>

Ланци ресторани кои се насочени кон деца и млади, како што е Мекдоналдс, ќе мора да се фокусираат на иновативни технологии во front office, бидејќи тоа е диктирано од нивното барање. Од друга страна, за другите типови ресторани, информатичката и комуникациската технологија, доколку се забележи улогата на оваа технологија во front office, ќе биде секундарен фактор на успех за некое време. Во ресторанската индустрија, употребата на современи технологии заради создавање на искуство за гостин ќе се интегрира преку современи алатки за забава што ќе го подобрат престојот на гостинот во ресторанот. Меѓу најважните технологии за информации и комуникација наменети за подобрување на искуството на гостите, во одделот за front office на ресторанот се користат следниве:<sup>7</sup>

1. Мобилни апликации - оние ресторани кои планираат да ги задоволат помладите генерации гости се принудени да вклучат мобилни апликации во својата понуда. Способностите на мобилните апликации одат далеку од функциите на која било дигитална форма на комуникација со гостите. Мобилните апликации денес обезбедуваат широк спектар на одлики, а меѓу најважните се:

а. Информации за притисок - засновани на beacon технологија, корисниците на апликации добиваат персонализирани информации користејќи технологија за лоцирање гости. Со други зборови, ако угостителскиот објект има beacon технологија и ако гостинот има своја примена, угостителскиот објект може да испраќа промотивни пораки или корисни информации до гостинот затоа што гостинот е во одредена близина.

б. Програма за лојалност - покрај тоа што корисниците можат да добијат корисни информации кога им прилегаат на рестораните (push информacije), програмите за лојалност им даваат на корисниците лични информации кога сакаат.

в. Нарачување оброци надвор од ресторанот - покрај нарачката преку телефон, на гостите се повеќе им се нудат мобилни апликации преку кои гостите можат да нарачуваат оброци и да плаќаат на исто место. Истражувањата покажаа дека помладите генерации претпочитаат едноставна исплата преку мобилен или таблет, особено во рестораните за брза храна.<sup>8</sup>

Гостите се прикажуваат на едноставен и практичен начин што е вклучено во цената и им се нуди можност за додавање зачини, гарнитурни, итн. Откако гостинот ќе избере што сака да нарача, следи избор на плаќање со апликација или лично, кога јадењето ќе пристигне на адресата.

---

<sup>5</sup> Lee, C., Sardeshmukh, S. R., Hallak R.: (2016) A qualitative study of innovation in the restaurant industry, Routledge, Taylor & Francis Group, Antolia, str. 3.

<sup>6</sup> METRO Chair of Innovation: (2016) Independent restaurateurs and Technology, what is the future? Technology use and implementation barriers among European and Japanese independent restaurateurs, str. 15.

<sup>7</sup> Laškarin, Ažić, M., (2018) Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija

<sup>8</sup> Food tech connect: Infographic of the Week: Why Restaurants Are Investing in Mobile Payments & Marketing ([www.foodtechconnect.com](http://www.foodtechconnect.com))

г. Повеќе прегледи и социјално вмрежување - мобилните апликации станаа дел од социјалните медиуми и како такви треба да им бидат достапни на корисниците. Со споделување на своите позитивни искуства и коментари, рестораните имаат можност бесплатно да градат слика меѓу корисниците на социјалните мрежи.

2. Дигитално мени на таблет - понудата на јадења може да се претстави на интересен и иновативен начин, претставувајќи ги особеностите на подготовката на храната, специфичноста, потеклото итн. На гостите може да им се препорачаат оброци и да им се дозволи да коментираат за оброците. Дигиталното мени има двојна цел:

а. презентација на храна и пијалаци - фотографии, детален опис на јадења, коментари на други гости и

б. можност за нарачка - по разгледувањето на понудата, гостите сами порачуваат, што веднаш се гледа во кујната. POS се поврзува со систем за нарачки што угостителите можат или не можат да го користат.

3. Дигиталното мени со помош на баркод скенирање - можност за нарачка на храна и пијалаци со помош на скенер, читач на кодови. Скенирањето со помош на читачот на бар-код се врши преку мобилен телефон на гостите во угостителскиот објект. Баркод скенер со помош на мобилна камера брзо ќе ги скенира и препознае информациите од баркод кој е поставен на ресторанската маса. Овој скенер е многу лесен за користење преку камерата на Android телефон. Апликацијата што се скенира автоматски се отвара. Овде може да се провери дадената листа на јадење, дневното мени, карта на пијалаци, производи на попуст и сл. Баркод скенер овозможува да се погледнат детални информации за производот како се подготвува, намирници и сл.



Слика бр. 4 дигиталното мени со помош на баркод скенирање

4. Дигитално преземање на нарачки - Мобилна апликација за келнери - Наместо гостите да си порачуваат со таблет, келнерите можат да го сторат тоа наместо нив. Нарачката се испраќа директно во кујната или барот на ист начин. Оваа апликација им овозможува на келнерите да прегледуваат табели со информации за нарачки, платени фактури и интеграција со оперативниот систем.

5. Паметни работни маси - Ширењето на интерактивната технологија во скоро сите деловни процеси ќе продолжи и во иднина, со посебен акцент на подобрување на искуството на гостите. Меѓу поинтересните можности за примена на интерактивна технологија во рестораните за кои се очекува да бидат многу побарувани во иднина, е интерактивната табла. Интерактивната табла овозможува интерактивно прегледување на менито, информации за исхраната, директно нарачување (системот е поврзан со кујната), промена на позадината, гледање видеа, слики итн. Предностите на интерактивната технологија применлива во рестораните се евидентни во целиот процес на услуга, од скратување на времето за нарачка до создавање поголема вредност за гостинот преку интерактивна забава (гостин може да игра шах со друг гостин во ресторан, може да се испраќаат пораки, итн.).



Слика бр. 5 Паметна работна маса (интерактивна табла)

Технологијата, доколку не е дел од амбиентот на угостителски објект, не може да биде причина за доаѓање или создавање нова вредност на услугата. Вработените треба да се прилагодат на новите услови за работа доколку организацијата одлучи да воведо технологија како дел од услужниот процес.

### Социјални медиуми

Со развојот на социјалните медиуми, формиран е нов начин на комуникација со гостите, кој вклучува заемно споделување на слики, текст и видео содржина. Таквиот начин на комуникација со текот на времето влијаеше на многу економски и социјални аспекти на угостителските објекти. Социјалните платформи преку Интернет им овозможуваат на гостите да ги дигитализираат своите искуства и да ги споделат со другите, а со тоа да го зајакнат нивниот социјален статус. Не е ништо ново што луѓето сакаат да го споделуваат своето негативно или позитивно искуство со своите пријатели. Но, со преминот на комуникацијата од блиските кругови на пријатели на Интернет, таквата комуникација доби сосема ново значење. Моќта на комуникација со WOM (Word-of-mouth) влијаеше врз промената на свеста на деловните субјекти за транспарентноста на податоците и комуникацијата, произлегува од психолошките убедувања за потребите на една личност да го сподели своето искуство (добро и лошо) со другите.

Угостителските објекти се принудени да го прифатат предизвикот што им го нудат социјалните мрежи. Количината и квалитетот на информациите што ги достигнуваат гостите влијаеле на зголемувањето на знаењето што гостите го имаат пред да пристигнат во угостителскиот објект, но и на нивната непредвидлива моќ да влијаат на другите гости преку комуникација со е-WOM.

### Референци

1. Ansel, D., Dyer, C., (Issue published: June 1, 1999) Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Volume: 40 issue: 3, page(s): 74-84
2. Laškarin, Ažić, M., (2018) Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
3. Lee, C., Sardeshmukh, S. R., Hallak R.: (2016) A qualitative study of innovation in the restaurant industry, Routledge, Taylor & Francis Group, Antolia, str. 3.
4. METRO Chair of Innovation: (2016) Independent restaurateurs and Technology, what is the future? Technology use and implementation barriers among European and Japanese independent restaurateurs, str. 15.
5. Food tech connect: Infographic of the Week: Why Restaurants Are Investing in Mobile Payments & Marketing ([www.foodtechconnect.com](http://www.foodtechconnect.com))
6. <https://www.expatwoman.com/ewfood/uae-dining/dubai-cafe-opens-complete-robot-staff> (пристапено на 14.07.2021 год.)
7. <https://metro.co.uk/2019/08/18/restaurant-where-waiters-have-been-replaced-with-female-robots-10589560/> (пристапено на 14.07.2021 год.)