

ТЕХНОЛОГИИТЕ В ПОДКРЕПА НА РЕВЕНЮ МЕНИДЖМЪНТА НА РЕСТОРАНТЪОРСКИЯ БИЗНЕС

Галя Колева Монева, докторант
СА „Димитър А. Ценов“ - Свищов

Увод

Живеем в ера на технологичен напредък, чрез който всяка една индустрия и икономическа дейност се нуждае от еволюция, за да се запази на пазара и да бъде достатъчно атрактивна и печеливша. Това правило важи с всички сили и за туризма и в частност за ресторантърския бизнес.

Приложението на теорията за управление на приходите, ползваща се в българската литература и с термина ревеню мениджмънт, намира все по-широко приложение и се превръща в основна част от практиката и бизнеса в света. Възниква в авиационния бизнес и проправя много бързо пътя си както в сферата на услугите, така и в множество други икономически дейности.

Главната цел на компаниите е да реализират печалба, която може да бъде постигната чрез правилно управление, развитие и усъвършенстване на начина на работа в предприятието, а това не би могло да се осъществи без съвременни информационни, софтуерни продукти и технологични похвати, независимо от вида на прилаганата икономическа дейност.

В научната литература най-популярна е дефиницията на Шерил Е. Каймс (Kimes & Jeannette, 2019), че управлението на приходите в ресторантърското предприятие се състои в продажба на правилното място, на точния клиент, на точната цена и за правилната продължителност. Ревеню мениджмънтът има за цел да създаде оптимални решения, като прилага информационни и софтуерни системи и стратегии в ценообразуването и контрола, за да достигне до този резултат.

В тази връзка *обект на изследване* са използваните технологии в ресторанта, а негов *предмет* е еволюирането на ревеню мениджмънта на ресторантърския бизнес посредством прилагане на технологични решения.

Основната *авторова теза* е, че съвременните технологични способности са полезни и все по-необходими средства на модерния ревеню мениджмънт.

Основната цел, която авторът си поставя, е да систематизира и представи наложилите се съвременни технологични средства, подпомагащи приложението на ревеню мениджмънт като инструмент за максимизиране на приходите и оптимизиране на рентабилността в ресторантърската дейност.

Тази цел намира отражение в следните изследователски задачи:

Първо. Да се изяснят основните области на приложение на ревеню мениджмънта и значимостта на връзката му с технологични похвати.

Второ. Да се проучат и систематизират най-подходящите направления от дигитални и иновативни решения в ресторантьорския мениджмънт.

Трето. Да се изведат онези същностни функции, които ресторантьорската софтуерна система трябва да притежава, за да бъде в най-висока степен в подкрепа на ревеню мениджмънта.

За изпълнение на тези задачи са използвани следните *изследователски методи*: анализ на съдържанието на специализирани литературни източници в разглежданата област; наблюдение на процеса чрез участие; неформални интервюта със специалисти и мениджъри; експертен анализ с проследяване на теоретико-практическите връзки.

1. Ревеню мениджмънтът и технологичните системи в консолидационна връзка

Стратегическите лостове и компонентите на системите за управление на приходите в ресторантьорския бизнес са правилното ценообразуване, управлението на продължителността (времето) и дистрибуционните канали за продажба (Buhalis, 2022). Поради наложилите се бързи промени в икономиката през последните години в световен мащаб и особено с удара от вирусната пандемия COVID-19 е особено необходимо да се инвестира в изучаване на оптимизирането на управленските процеси по отношение на намаляване на пропуснатите ползи от нереализирани продажби и максимализиране на приходите във всеки бизнес сектор.

В този аспект в областта на туризма и в частност ресторантьорството, все по-голямо значение придобива развитието и научното изследване в областта на приложението на технологиите в подкрепа на ревеню мениджмънта. От хартиени календари и бележници до цифрови процеси с персонализиран код и софтуерни платформи, хранително-вкусовата промишленост е свидетел на множество технологични трансформации. Начинът, по който работят и управляват ресторантьорските предприятия, става драстично рационализиран и автоматизиран, от напредък с модернизирани фурни и икономични съдомиялни машини, ресторантьорският бизнес насочва усилията си все повече към технологичния свят и дигитализацията. Важните аспекти от съвременния бизнес се базират върху използването на иновативна ресторантьорска технология, която позволява постигането на оперативна ефективност.

Благодарение навлизането на технологиите, електронните услуги и приложението на софтуерните и информационните системи в ресторантьорството се изгражда ключово ядро за приложението на управлението на приходите в ресторантьорския бизнес (Jones & Merricks, 1994). В глобализирането на света, в който живеем, и навлизането на новите технологии и технологични решения, дори изкуствен интелект, ресторантьорският бизнес

трябва да се адаптира към бързо променящия се свят, за да е конкурентоспособен, атрактивен и печаливш.

Използването на по-добри технологии и технологични системи в ресторанта е с цел повишаване удовлетвореността на гостите, оптимизиране на разходите и увеличаване на финансовия резултат на ресторантьорското предприятие. Основната причина за използването на електронните услуги е бързината, сигурността в изискванията на потребителите и удобството.

Съобразно целта на научното изследване и проучената литература, бихме могли да обособим някои **основни области в приложението на ревеню мениджмънта в ресторантьорския бизнес** и необходимостта от приложение на модерни и иновативни технологични решения и софтуерни ресторантьорски продукти като: управление на *капацитета* на ресторанта, на *времето* за хранене, на *менюто* на ресторантьорското предприятие, на *ценообразуването* и на *клиентите* и тяхното поведение.

Всяка една от посочените области не би могла да бъде анализирана и впоследствие контролирана от ревеню мениджмънт системата без намесата на обучен персонал и ресторантьорски софтуерни системи.

➤ **Управление на капацитета**

Капацитетът на ресторанта е възможно най-голямото количество продукция за даден период, с постоянна подкрепа от управленския екип, персонала и използваната ресторантьорска система.

Условно казано управлението на капацитета се отнася до нивото на продукция, която ресторантьорската структура може да поддържа, и все пак да произвежда качествен и конкурентен продукт и услуга (Raab & Mayer, 2009). Това не би било възможно без намесата на сигурен ресторантьорски софтуер и внедряването на модерна технологична система във всеки етап от производството на ресторантьорски продукт.

Управлението на капацитета на ресторанта има за цел да поддържа всеки сегмент на ресторантьорското стопанство, да работи с максимална ефективност, като същевременно осъществява максимална производителност чрез обработването на повече поръчки и увеличението на приходите и намаляване пропуснатите ползи за ресторантьорското предприятие.

➤ **Управление на времето**

Критичният фактор за ревеню мениджмънта в ресторантьорския бизнес е времето, което клиентът прекарва в ресторанта. Управлението на времето е критично умение за развитие на множество професионалисти във всеки един бизнес, който е свързан с предоставяне на услуга – особено в ресторантьорската индустрия, където навременността е тясно свързана с отличното качество на обслужването.

Ревеню мениджмънтът в ресторантьорския бизнес се основава на мярка за времето, включено в цикъла на обслужване на гости. Подобна мярка, свързана с времето, поражда усложнения за ресторантите, тъй като те изрично продават ястия, а не период от време на масата.

Чрез приложението на похватите за ревеню мениджмънт и приложените ресторантьорски софтуерни и технологични системи ресторантите трябва максимално да получат контрол върху времето и продължителността на храненето в ресторантите. Управлението на продължителността е сложно и разчита на контрол върху технологичните системи, включени в производството на храни и цикъла на обслужване на гостите.

➤ **Управление на менюто**

Правилното изготвяне на менюто е основен фактор в процеса на оптимизиране на приходите в ресторантите. То трябва да е точно разписано по отношение на разходите, които трябва да се направят за всяко едно ястие, и непрекъснато да се следят промените в цените на продуктите, които се използват, за да се отразява тази информация в ценообразуването на крайния продукт. В съвременното ресторантьорство това става чрез постоянно въвеждане на информация в ресторантьорския софтуер.

Чрез приложението на ревеню мениджмънта и проучването на възприятието от клиентите и моделите на изследване на менюто посредством меню инженеринга, процесът по управлението на менюто непрестанно се оптимизира благодарение на интензивното навлизане на нови технологии и технологичен напредък в света на кулинарния бизнес. Често управлението на менюто става от главния готвач или мениджъра на ресторанта на база на собствени познания и опит или чрез ресторантьорския софтуер. Тази система позволява на специалистите в хранително-вкусовата промишленост да разработват или преформатират рецепти, да предоставят данни за хранителните стойности и алергените за хранителните съставки, помагат да се определят цените на готовата продукция в менюто, предоставено на клиентите, и да се справят с изискванията за етикетиране на храните и продуктите, включени в крайната кулинарна продукция.

➤ **Управление и формиране на цените**

Определянето на правилните цени за продуктите е решаваща стъпка в управлението на приходите за всяка една икономическа единица. В своите трудове Манол Рибов (Рибов, 2007) отбелязва, че в сферата на услугите „идеални“ цени не съществуват, но е необходимо да се формират такива, които отговарят на очакванията на клиентите.

Според друг учен Шерил Каймс (Kimes & Wirtz, 2007) секретът за успеха в ценообразуването и сложността на ресторантьорския механизъм е чувството на консуматорите, че изгодно са вложили парите си или просто, че са получили повече отколкото са платили.

Ценообразуването, като чисто икономическа дейност, е решаващ елемент в „машината“ на икономическата структура и тя не би могла да се осъществи без приложението на услугите на ресторантьорския софтуер. Базата с информация, която ежедневно се попълва, относно цените на вложените продукти в ястията и продажбите на кулинарна продукция, е сигурен индикатор за правилното ценообразуване на предлагания ресторантьорски

продукт, който следва да гарантира печалба и ефективност на предприятието.

Ценообразуването и цените са основният инструментариум за повишаване нивата на продажбите, едновременно с това оказват голямо въздействие върху лоялната клиентела (Raab & Mayer, 2009). Съществуват редица фактори, които оказват влияние върху ценообразуването в ресторантьорския бизнес. От изключително значение е изборът на метод на ценообразуването и формирането на ценовия микс (Дъбева & Луканова, 2019).

Мениджърският екип трябва да анализира маржовете, за да разбере „истинската нетна цена“, която получава всяка реализирана продажба на кулинарна продукция или стока. С помощта на анализ на ценови диапазони и дисперсии на цените мениджърите по продажби и/или продукти идентифицират области, където чрез по-доброто изпълнение може да се улови възможността за пропуснати приходи за ресторантьорското предприятие.

➤ **Управлението на клиентите** в ресторантьорския бизнес освен наука е и изкуство. Зараждащата идея за ревеню мениджмънта е точно в тази насока поради специфичния характер на бизнесите в сферата на обслужване и невъзможността от съхранение и по-късна продажба на създадения продукт, да могат да се привлекат различни видове клиентски сегменти и всички да са доволни от избора на покупка. По този начин се избягват всички пропуснати ползи от продажба на предприятието и се създава обемна маса от лоялни клиенти за фирмата.

Управлението на клиентите е критичният фактор за развитието на ресторантьорското предприятие. Те са гръбнакът на всяка индустрия и без тях всеки бизнес би се провалил. Висококачественото обслужване е от съществено значение за бъдещия просперитет и развитие на всеки ресторант, ако иска той да остане конкурентоспособен и печеливш и да се запази във времето. Всяка извършвана дейност с икономическа цел се нуждае от правилния начин да организира, управлява, проследява и подхранва настоящи и потенциални клиенти. В съвременния глобално и дигитално ориентиран свят това не би могло да се осъществи без прилагането на модерни технологични решение и софтуерни продукти.

За ресторантите най-добрият начин, за да бъдат по-ефективни и печеливши, е чрез достатъчно персонал, който е добре обучен, мениджърски екип, ангажиран с това, непрестанно да следи процесите, протичащи в ресторантския обект, и интегриране на модерни технологии и софтуерни системи в ресторантьорския бизнес. Едно от съвременните актуални технологични решения за проверка на качеството на ресторантьорския продукт е моментният отзив чрез компютъризирана система за оценка на обслужване на клиентите. Тя може да е онлайн базирана на интернет платформи, видими за всички бъдещи и настоящи потребители и клиенти или информираща само за управленски цели в самия обект. Чрез тази система собствениците

на ресторанти и мениджърите могат да следят в реално време, как се възприема от клиентите техният ресторант и дали са доволни от обслужването и храната. По този начин бързо може да се вземат мерки за отстраняване на проблемите и подобряване качеството на ресторантьорския продукт, което рефлектира върху повишаване удовлетвореността на клиентите. Благодарение на това се увеличава конкурентоспособността на цялото ресторантьорско предприятие.

Технологиите навлизат все повече в ресторантьорския бизнес и са показател за правилното изпълнение на задачите и целите на прилагане на ревеню мениджмънта в ресторантьорската дейност. Ресторантьорските софтуерни технологии улесняват работата на мениджърите, като дават своевременно точна информация относно ценообразуване, сегментиране, резервации, продажби, наличности и стимулиране на лоялните клиенти (Kimes S. E., 2008).

2. Съвременни технологични решения в ресторантьорския бизнес и ревеню мениджмънта

Във времена на дигитализация и постоянно развитие на иновациите и технологичните процеси връзката между технологиите и културните норми продължава да се илюстрира в начина, по който индустрията е длъжна да реагира, а именно прогрес и адаптация към глобализацията на съвременното общество и навлизането на технологиите в ежедневието на живот.

Според много учени смартфоните са се превърнали в неразделно от съвременния човек електронно устройство за незабавна комуникация, което е довело до революционни промени в сферата на бизнеса (Ravipat, 2020). Поради тази причина интернет и социалните мрежи са неизбежна част от управлението на съвременния бизнес. Те оказват важна роля в приложението на ревеню мениджмънта и цялостното управление на бизнеса, като например предоставят възможността, в реално време да се наблюдава изменението в сегментирането на пазара, своевременно информират потребителите за интересно ястие или участие на изпълнител и въздействието на предлагания ресторантьорски продукт върху клиентите и др.

За много мениджъри в ресторантьорския бизнес поддържането на социалните профили е затруднено и безсмислена задача, но много проучвания доказват ефективността от маркетинг програми и реклама именно в сайтовете за масова комуникация (Kimes S. E., 2011). За да бъде успешен един бизнес, е необходимо, той да бъде „видим“¹, и разпознаваем от своите насто-

¹ Силно онлайн присъствие с профил и веб сайт, които са управлявани от мениджъра на компанията или съответния екип. Дават достоверна информация за местоположението и сферата на дейност на предприятието и предлаганата стока или услуга.

ящи и бъдещи клиенти. Към текущия момент това се осъществява чрез технологии и технологични системи, уеб базиране, изграждане на интерфейс и популярност в социалните мрежи и онлайн пространството. Това е задължително условие и за съвременния ресторантьорски бизнес.

Интерфейсът е система, в която несвързани обекти използват взаимодействие и взаимно си помагат. В най-общ план това е връзката между човека и машината, с цел да се изградят ефективен контрол и управление на технологиите от страна на човека, като същевременно се очаква обратна връзка, изразена в информация от машината (компютъра), която подпомага процеса на вземане на решения от оператора (администратора). Потребителският интерфейс е среща на човешкото мислене с логиката на програмния продукт (Джамбазов, 2011). От него зависи, в голяма степен, удобството за работа с дадена информационна система. Появата на нови технологии и стандарти в уеб - HTML5, CSS3, JavaScript Framework и други силно увеличават възможностите (Джамбазов, 2011). Тези технологии предполагат нов принципен подход при изграждането на уеб базирани интерфейси в ресторантьорския бизнес. В същото време трябва да се следи посоката, в която се развива уеб пространството.

Дизайнът на потребителския интерфейс за ресторантите включва създаване на атрактивен графичен интерфейс, който отразява посланието на бранда и помага за установяване на емоционална връзка с клиентите. Основният фокус на дизайнерите е да осигурят лесно и приятно потребителско изживяване.

Изработените по поръчка илюстрации, анимации имат микро-взаимодействия и чрез жестове повишават ангажираността на потребителите и отличават дадения ресторант от конкуренцията. Като цяло висококачественият дизайн на потребителския интерфейс постоянно създава приятно изживяване при поръчка на храна, запазване на маса и изгражда лоялността към марка, което го прави неизменна част от съвременния ресторантьорски бизнес.

Изживяването на гостите се определя най-добре от начина, по който потребителите очакват да взаимодействат, и от това, колко добре ресторантьорските структури отговарят на техните нужди и чувствителност. Ресторантите отдавна не се определят само от качеството на ястията, които произвеждат. Изживяването на клиентите е от ключово значение, а то зависи от много фактори, които са в тясна връзка със съвременния технологичен свят. От правенето на резервация в ресторанта, вземането на поръчка от клиента, произвеждането на кулинарната продукция, музиката, климатизацията и други, всяко едно перо от високото ниво на обслужване в ресторантьорското предприятие зависи от съвременните технологии.

Бизнесът трябва да проектира преживяванията много прецизно и непрекъснато да ги подобрява, докато нагласите и поведението на клиентите се развиват, за да останат конкурентоспособни.

Обществото и бизнесът, чрез развитието на технологичните системи в ресторантьорството и влиянието на интернет, продължават да се информират взаимно за въздействието и очакванията на клиента от правенето на поръчка в ресторанта до необходимостта да сподели своите преживявания в онлайн пространството. Търси се съответствие на потребление от същите канали, чрез които ежедневно съвременният дигитално базиран човек управлява други аспекти от живота си; уеб базиран потребителски интерфейс, социални мрежи и мобилна технология, чрез която могат да управляват собствения си опит и желания.

Основният принцип е осигуряването на стабилна електронна, уеб базирана платформа или ресторантьорски софтуер, която им позволява да получат това, което искат лесно и бързо, с точност на поръчката и пълно удовлетворяване на потребителските желания и нужди.

Единна технологична платформа. За тази цел консолидацията и стабилните технологични партньорства, постигнати от интеграции, интеграционни мрежи, както и мобилна среда за всички местоположения, марки и подмарки са от съществено значение, за да се постигне изграждането на единна технологична платформа.

До този момент ресторантският бизнес бавно възприема технологиите и иновативните цифрови решения през годините, но през 2020 и 2021 г. пандемията от COVID-19 промени това и принуждава магазините, хотелите и ресторантите да погледнат отвъд традиционните им методи за работа и да преоткрият дейността си. Поради тази причина ресторантьорската дейност се изправя пред еволюционни промени в процесите, свързани с предоставяне на ресторантьорски продукт. Това налага дигитализация, внедряването на модерни софтуерни системи и съвременни технологии, които стават неизменна част от ресторантьорския бизнес, за да устои на конкуренцията и да носи по-високи приходи.

Ресторантската индустрия непрекъснато се променя, особено когато очакванията на клиентите се променят, и това прави поддържането на най-новите ресторантьорски технологии абсолютно наложително за всеки успешен бизнес в индустрията.

Дигитализацията се изразява най-вече в това, че клиентите искат да бъдат информирани постоянно, какво се случва в ресторантьорския обект. По този начин интернет се превръща в неизменна част в предоставянето на ресторантьорския продукт.

В съвременния ресторантьорски бизнес клиентите имат редица изисквания като например: бързо обслужване, предварителна поръчка, непрестанно онлайн обслужване, свързано с отговаряне на техни специфични въпроси за храна, която отговаря на техните специални нужди или отзиви в социалните мрежи, онлайн резервация, инструменти за различни методи на плащане и много други.

Ресторантската индустрия преодоля пандемията, но традиционните начини на работа и очакванията на потребителите върху крайния ресторантьорски продукт, включващ множество фактори, включително и изживяването в ресторанта, което е необходимо за успеха на ресторантьорското предприятие, се промениха драстично.

Много ресторантьорски структури намират решение на финансовите си проблеми в прилагането на правилен ревеню мениджмънт с помощта на иновациите и технологичните софтуерни ресторантьорски програми през последните няколко години. Дори и често неохотно те се адаптират към новата пазарна реалност.

В съвременното използването на модерни технологии води до повишаване качеството на ресторантьорския продукт и подобряване на производствената сфера. Ресторантьорските предприятия започват все по-често да включват повече безконтактни технологии като безконтактно плащане на сметки, по-бързо поръчване в ресторанта, възхода на приложения, като DoorDash и UberEats², които се превърват в културна норма, с мобилни устройства в центъра на процеса на поръчка (Tandon, Kaur, & BhattMatti, 2021).

Същото може да се каже и за концепциите за ресторанти и кетаринг услуги, предлагащи сканиране на QR³ код, в която се дава възможност на гостите да имат достъп до елементи от менюто от разстояние или на място и да получават SMS сигнали, когато тези поръчки са готови.

Друго перо в развитието на технологичните процеси в ресторантьорския бизнес е чрез въвеждането на опциите за поръчване от клиентите директно в кухнята. Това дава възможност на гостите да правят понякога силно персонализирани поръчки, без риск да бъдат неразбрани от персонала, с по-голяма точност и недопускане на грешки от издаването на кулинарната продукция от кухнята.

Технологичните приложения са независими от местоположението, които променят динамиката на подреждането на традиционната концепция за ресторантьорско обслужване и дават един нов поглед върху това, **къде** гостите правят своите поръчки, както и **как** ги правят.

По отношение на контрола върху госта и наред с другите елементи мобилната технология премахва физическото пространство и разстояние, както и взаимодействието с предложенията на ресторантьорска продукция. Този вид динамика създава известна свобода за клиентите да изследват своите възможности и предпочитания. Тази концепция, в която не се налага да

² DoorDash и Uber Eats са онлайн платформи, в които потребителите могат да четат менюта, ревюта и оценки, да поръчват и плащат за храна от участващи ресторанти, като използват приложение на платформите iOS или Android или чрез уеб браузър.

³ QR код е специфичен матричен баркод, който се състои от черни модули, подредени в квадратен шаблон върху бял фон. Информацията в него може да бъде текстова, URL или друга.

бъдат на определено място, за да направят поръчка, е важна, като със сигурност добавя идеята за „контрол на гостите“ върху процеса на ресторантьорската индустрия.

Това също носи информация по отношение на въпроса, как местата на ресторантите могат или не могат да бъдат организирани в бъдеще. Актуалната тенденция е, услугите, предлагани от ресторантьорските предприятия, да са само за доставка на храна и клиентите, които не са регистрирали банкова разплащателна сметка или карта, да не могат да бъдат обслужвани. Според „Евромонитор“ бизнесът на този вид ресторанти, като „кухни – призрази“, „кухни в облака“, „скрити кухни“, „виртуални кухни“⁴, може да достигне един трилион долара през 2030 година, така че в тази посока вече се развиват някои от утвърдените имена в полето на хранителната индустрия. През ноември 2020 Chipotle⁵ представя пред света своята първа „кухня – призрак“, наречена Chipotle Digital Kitchen. Това е идеален дигитален прототип на заведение, което е от ново поколение и работи единствено с доставки или поръчки за получаване на място, но няма опция за консумация в заведение (Wunderman Thompson Intelligence, 2022).

Мобилните поръчки и новите модели на подражание в ресторантьорския бизнес не означават непременно края на традиционните ресторанти, а по-скоро предполагат възможността да се изследват по-разнообразни средства за обслужване на съвременния гост.

Технологиите и иновациите са това, което помага, дори спасява, ресторанти, докато трансформират начина си на работа, за да оцелеят и процъфтяват в тази нова мобилно свързана и безконтактна ера. От онлайн поръчки, виртуални и безконтактни плащания, до доставка и вземане, индустрията на ресторантьорския бизнес вече не може да си позволи да игнорира тенденциите, които помагат на бизнеса да се „преоткрие“, за да бъде актуален и конкурентоспособен.

Съобразно целта на научната разработка бихме могли да обособим някои **основни области в ревеню мениджмънта в ресторантьорския бизнес и да систематизираме най-подходящите направления от дигитални и иновативни решения в ресторантьорския мениджмънт в следните направления:**

➤ **Системи за онлайн поръчки и приложения за доставка**

Ресторантите остават уязвими от наложените ограничения (при пандемията от Ковид-19), от строги санитарни разпоредби и дори затваряне и

⁴ „кухни – призрази“, „кухни в облака“, „скрити кухни“, „виртуални кухни“ – това са площи за приготвяне на храна, предназначена за вкъщи с доставка или получаване на място. Вместо да наемат, оборудват и пълнят с персонал цели ресторанти с кухненска част, ресторантите се обръщат към такива кухни.

⁵ Chipotle е американска верига от бързи ежедневни ресторанти в САЩ, Обединеното кралство, Канада, Германия и Франция, специализирана в такос и мисионски бурито, които се правят по поръчка пред клиента.

онлайн поръчките на храна и безконтактните доставки до дома са в помощ на бизнеса. Електронните приложения за продажби от трети страни, като Take away, Foodpanda или Door Dash, са добро решение за ресторантьорските структури.

Много клиенти информират, че предпочитат да поръчват директно от ресторанта. Това дава възможност на ресторантьорите да следват примера на по-големите вериги за бързо хранене и да инвестират в разработването на свои собствени интегрирани онлайн платформи и приложения. Въпреки „разстоянието“ тази дигитална близост позволява на ресторантьорската индустрия да остане тясно свързана със своите потребители.

➤ **Безконтактно плащане**

Безконтактната технология става масова не само за онлайн поръчка, но и за плащане със смартфон, смарт часовник или смарт карта чрез приложение или безконтактно устройство. Новите технологии за плащане бавно набират скорост в глобалната ресторантьорска индустрия, но тази тенденция се ускори с вирусната пандемията от Ковид-19. Безконтактните плащания ще станат предпочитан начин за разплащане. Без пари в брой не е необходим човешки контакт, по-хигиенично, по-безопасно дори е и по-бързо и удобно.

От гледна точка на паричния поток той също е по-ефективен. Ако ресторантите не искат да останат без приходи, през следващите години на технологична революция в ресторантьорския бизнес е необходимо да инвестират и да планират стратегия за мобилни и дигитални плащания.

➤ **Система за онлайн резервация на маси**

Повечето изискани високо категорийни ресторанти и около една трета от обикновените ресторанти приемат резервации традиционно по телефона или на място, обслужвани от служител в ресторанта (Kimes, S. E., 2008).

Този познат подход запазва личното отношение, но понякога е неудобно за клиентите, защото някой невинаги е в ресторанта, понякога може да е трудно да се свържете с него и човекът, който отговаря на телефона, невинаги е подходящо обучен.

Технологията може да се използва за улесняване на онлайн резервациите и за осигуряване на електронно управление на резервациите. Резервирането на маса чрез телефонно обаждане се превръща постепенно в минало, тъй като технологията за онлайн резервация на маси придобива „ново значение“. Онлайн технологичните ресторантьорски системи дават на клиентите свободата да виждат наличните свободни маси и слотове и да правят своя собствена резервация в движение.

От своя страна, чрез използване на технологични, иновативни и информационни системи за резервации, ресторантите могат да управляват местата за сядане, списъците с чакащи, лоялността на клиентите и предпочитанията за хранене. По този начин се събират изключително важни клиентски

данни, било то за проследяване на контакти, пазарна информация или за управлението на ревеню мениджмънта си.

Концепцията също така предлага на ресторантите възможността да предложат уникални кулинарни събития и изживявания за хранене извън стандартните резервации. Този метод позволява лесно и директно клиентът да е непрестанно информиран и да закупи туристически продукт или конкретна услуга директно, без посредник.

➤ *Дигитални кухненски „дъски“*

С тях сервитьорите директно правят поръчка в кухнята чрез връзката им с ресторантския софтуер, без да е необходимо да маркират на основния компютър. По този начин мениджърите могат да контролират поръчката от момента на поръчването от клиента, до пътя на храната, до неговата маса.

➤ *Автоматизиран софтуер за управление на наличността*

Автоматизирането на управлението на наличността означава проследяване на запасите от храни и напитки, предвиждане на количества и планиране на повторни поръчки.

Чрез авангардна технология за изкуствен интелект (AI) компании като Winnow помагат на собствениците и мениджърите на ресторанти да намалят хранителните отпадъци и разходите, да управляват бизнеса си по-ефективно и устойчиво. Това позволява оптимално количество запаси и оптимизиране на разходите от гледна точка на стоки с изтекъл срок на годност и др.

➤ *QR кодове*

Вече основен продукт в обществата, ориентирани към мобилни устройства като Китай и Америка, QR кодовете стават глобални и се появяват в ресторанти по целия свят. В тази ера на „без докосване“ автоматичното сканиране на баркодове с камери на смартфони върху плакати, маси, подложки, врати или уебсайтове позволява на клиентите да имат достъп до онлайн менюта, да поръчват и плащат „без контакт“, запазвайки гостите и служителите в безопасност.

Тази технология, която не изисква изтегляне на приложение, също има съществена роля в подпомагането на ресторантите с проследяване на контакти, което сега е задължително в много части на света, за тяхното повторно отваряне по време на пандемия. Предлагайки редица удобни предимства при относително ниски разходи за ресторантьорския бизнес, технологията за QR кодове е „задължителна“ в съвременното и ще продължава да се оптимизира и в бъдеще.

3. Ресторантьорските софтуери и ревеню мениджмънт

Светът се променя, като непрекъснато се правят технологични проби. Много различни индустрии и области се развиват, тъй като фирмите

намират начини да използват най-новите технологии и ресторантите не са изключение.

Оказва се, че технологичните тенденции в ресторантьорството са мълчалив прогрес, възникнал след като потребителите промениха поведението си поради икономически и социални фактори.

Бъдещето на тенденциите в ресторантьорските технологии може да се види в ресторантьорската индустрия, която използва нововъведените технологични инструменти, за да приема поръчки от клиенти и да ги обслужва. Използват се услугите за разработка на мобилни приложения за ресторанти и приложения, които предоставят стратегии за иновации в ресторантьорския бизнес.

В много отношения пандемията ускори възприемането на технологията от клиентите, тъй като те станаха по-приемливи към приложения за поръчки, QR кодове за менюта и други. Сега ресторантите допълнително използват силата на технологиите с множество подходи. Те включват иновации за подобряване на клиентското изживяване като геозониране, павилиони за поръчки на храна и дори изкуствен интелект.

Технологиите представят уникални решения за ресторантите да се позиционират в предпочитания клиентски сегмент и за собствениците, за да управляват бизнеса си по-ефективно.

Някои от най-новите технологии са адаптирани за индустрията за хранителни услуги. Мениджърите на ресторанти сами трябва да категоризират критериите, какво е необходимо за развитието на тяхната дейност.

Най-необходимите функции, които една ресторантьорска система трябва да притежава, за да бъде успешен съвременният ресторантьорски бизнес, са в следните направления: **интерфейс и бързина на работа, леснота за управление, леснота за използване, възможност за контрол на запасите, отчитане на качеството, леснота за настройка и конфигуриране на менюто, управление на масите в ресторанта и резервации, провеждане на цялостно обучение, наличие на маркетингови инструменти.**

➤ **Интерфейс и бързина на работа**

Една от най-важните характеристики на ресторантьорската система за работа в ресторанта това е бързината, с която тя функционира. В ресторантьорския бизнес времето е от изключително голямо значение и в този аспект ресторантската програма трябва да отговаря по бързина на действие както на служителите, така и на клиентите. При голяма заетост на ресторантьорския обект например в петък или събота вечер никой мениджър не може да си позволи да има изоставаща система. Много от таблетните системи на пазара днес зависят от скоростта на интернет в ресторанта. Поради тази причина в много от ситуациите бавен интернет в обекта вероятно ще е предпоставка и за бавна софтуерна система, което рефлектира върху плащанията с

карта или дори приключването на сметка от системата. Това носи изключително неудобство както за персонала на ресторанта, така и възниква недоволство в забавянето на заплащане на услугата в клиента, което рефлектира върху удовлетвореността при получаване на ресторантьорски продукт.

От изключителна важност е вземането на мениджърско решение относно типа на системата, дали ще е локална кабелен тип, интернет базирана или хибридна (локална и интернет). Локална или хибридна система обикновено ще бъде по-надеждна за натоварен ресторант, за разлика от интернет базирана точка на продажба. Каквато и система да бъде избрана за ресторантьорския обект, важен е крайният резултат, обосноваващ се в скоростта за извършване на ресторантьорските операции.

➤ ***Леснота за управление***

На пазара има хиляди системи, които предлагат голям набор от предлагани услуги и функции. Мениджърите е необходимо да познават много добре мащаба си на работа и благодарение на ревеню мениджмънт системата ясно да са си поставили целите, които искат да постигнат. Предизвикателството е да се намери балансът между функциите, от които се нуждае ресторантьорският обект или обекти, и тези, от които не се нуждае. Причината е, че може да се заплати сериозна сума за ресторантьорски софтуер, който в действително работна среда да не е използваем. Това не само затруднява работата на служителите, но и значително увеличава бюджета за закупуването на ресторантьорска софтуерна система в ресторантьорския обект. Най-общо казано, колкото повече функции и операции притежава дадена система, толкова по-голямо предизвикателство може да бъде управлението ѝ.

➤ ***Леснота за използване***

Обосновавайки се на практиката и множеството научна литература, свързана с ресторантьорски софтуерни продукти, бихме могли да заключим следното твърдение: Една от най-важните характеристики на ресторантьорските софтуерни системи в ресторантьорския бизнес това е улеснението както на работата в ресторанта, така и лесното усвояване от служителите, които работят с нея.

С приоритет при работата с ресторантьорския софтуер е колко лесно се извършват основни задачи, като правене на поръчки, изпращане на информация до кухнята, разделяне и приключване на сметки, пренареждане на напитки, бързо напускане от масата в системата и т.н. Естествено е да отнеме известно време, за да се адаптират служителите с конфигурацията на софтуера, тъй като всеки софтуерен продукт притежава своята специфика, но е важно, оформлението да е интуитивно за изпълнение на основните задачи в ресторанта и да подобрява дейността, а не да го затруднява.

➤ ***Възможност за контрол на запасите***

Това е задължителна функция, защото поддържането на продуктите в ресторантьорския обект е основно перо в съществуването на ресторанта.

При въвеждането на доставените продукти в софтуера е задължително да се посочи както доставчикът, цената и датата на производство, така и крайният срок на потребление. По този начин собственици, мениджъри и главни готвачи може постоянно да са наясно с продуктите, с които разполагат, разходите за храна и маржовете на печалба, както и инвентарен контрол.

➤ ***Отчитане на качеството***

Наличието на качествени и подробни отчети е важен аргумент при избирането на ресторантьорски софтуер. Тук отново важна роля има планът за прилагане на ревеню мениджмънт и какви са очакванията за ресторантьорския бизнес и контролиране управлението на приходите. Изборът на системата трябва да е обоснован на база отчетите, от които се нуждаем, за да се управлява успешен бизнес. Това са например: отчети за ключови показатели за ефективност (KPI), от които се нуждаят всички ресторанти като продажби по артикул, време и отдел, труд на служителите, продажби спрямо разходи за труд и др.

Повечето системи имат отчети предварително изградени в софтуера, но може също да бъде направен избор на система, която да позволява персонализирани отчети или интеграции на трети страни като финансови директори и счетоводители. Системата би могла да дава надеждни данни относно подробна информация за одиторски доклади, продажби, данъци и да поддържа счетоводно изискуеми отчети. Преимущество е изборът на система, която има „облачно“ отчитане, защото може да се настроят акаунти⁶ за отдалечен достъп до отчети, така че счетоводството и финансовият отдел да имат достъп до отчетите на ресторанта, което от своя страна елиминира стъпките за експортиране на отчетни данни към различните направления.

➤ ***Леснота за настройка и конфигуриране на меню***

Това е още едно перо, което не е за подценяване при избора на ресторантьорски софтуер. При някои системи, след като се промени елемент от менюто, целият сървър и работните станции трябва да бъдат рестартирани, за да се покажат промените. Това отнема изключително много време и създава голямо неудобство, при актуализиране на елемент от менюто. Необходимо е, ресторантьорският софтуер да притежава лесен и интуитивен интерфейс за извършване на бързи настройки на менюто.

➤ ***Управление на масите в ресторанта и резервации***

Всеки ресторантьорски програмен продукт за барове и ресторанти трябва да има вградено управление на масите в обекта и опция за резервации. Особено ако системата е базирана онлайн и клиентите и мениджърският екип имат постоянна информация относно резервациите и настаняването на гостите. Различните софтуерни продукти предлагат различни услуги, които биха могли да влязат в полза в работата на ресторантьорския

⁶ Потребителски абонамент за компютърна мрежа или компютърна система, включващ персонален идентификатор, парола и права за достъп до определени услуги.

обект. Всеки собственик и мениджър трябва сам да определи от какъв софтуерен ресторантьорски продукт има нужда. В по-мощабните обекти, които предразполагат към голям поток от хора и голяма заетост, многообхватният софтуерен продукт освен необходим е и задължителен.

Всеобхватните ресторантьорски софтуерни системи предлагат електронни резервации както чрез собствен онлайн или мобилен сайт на ресторанта, така и чрез сайтове, които обслужват множество ресторанти, а някои също приемат резервации чрез текстово съобщение или чрез Facebook (въпреки че този канал е малко използван досега). Предимствата, които има онлайн системата за резервация на маси, предоставена от ресторантьорския софтуер, е с цел да подобри качеството на работа в ресторантьорския обект. Повечето системи предлагат различни функции за подпомагане на управлението, като: Резервации; Списъци с чакащи; Списъци с контакти. Други функции са: *известия по имейл*, когато е направена онлайн резервация и възможност *данните за транзакциите* и контактите на гостите да се синхронизират автоматично с базата данни на обекта.

Онлайн резервацията е по-достъпна за гостите, но също така помага на персонала да планира дейността си. По-малко време по телефона за резервации е предпоставка, персоналът да се съсредоточи върху други приоритети в работата. Софтуерът, включващ онлайн резервации, улеснява максимализирането на приходите от храни и напитки и клиентското изживяване в ресторантьорския обект.

➤ **Провеждане на цялостно обучение**

За да се използва адекватно една система от всички, които са пряко или косвено ангажирани с нея, е необходимо да се премине курс на обучение. Независимо от опита на персонала и мениджърския екип, всяка система притежава своите специфики. Не всички системи предвиждат обучение в първоначалната си оферта, поради тази причина е необходимо обучението да е включено в цената. Също така трябва да се обърне и внимание върху постоянната връзка с техническата поддръжка на софтуерния продукт, защото проблеми могат да възникнат по всяко време на работния процес. Някои компании предлагат видеоклипове за основно обучение онлайн, други имат обучител, който работи с вас дистанционно или обучение на място. Какъвто и вариант да предлага фирмата дилър на софтуерен продукт, е задължително подходящото обучение.

➤ **Наличие на маркетингови инструменти**

При закупуване и внедряване на нов софтуерен продукт е необходимо, мениджърите на ресторантьорски обекти да са запознати с маркетинговите инструменти, които предлага. Целта е увеличаване на приходите на ресторанта чрез функции като програми за лоялност, карти за подаръци, награди за клиенти, инструменти за съобщения, автоматични промоции въз основа на активността на клиента при покупка и специални промоции за привличане на клиенти.

В обобщение на по-горе изброените функции, които трябва да притежава една съвременна ресторантьорска система, за да бъде максимално ефективна за ресторантьорския бизнес, бихме посочили следните изисквания като бързина на системата, лесен за използване интерфейс, качествено обслужване и поддръжка, подходящо обучение и маркетингови възможности.

Въпреки многобройните възможности, които предлагат софтуерните продукти, за ресторантьорския бизнес от изключително важно значение си остава човешкият контакт. Докато технологиите променят индустрията за хранителни услуги, винаги ще има нужда от лично отношение. Автоматизацията и дигитализацията помагат на ресторантите да се конкурират, но все трябва да има приятелско лице, което да допринася за създаването на ресторантьорския продукт. Необходима е правилната комбинация от технологии и работа в екип, за да се създаде рецепта за успех.

От своя страна това оставя повече време и енергия за обогатяване на ресторантьорския продукт, удовлетворението на гостите с вкусна храна и нови запомнящи се изживявания.

В днешния глобално и информационно развиващ се свят няма индустрия, която да не е безкрайно зависима от новите тенденции и тяхното правилно прилагане в бизнеса. В ревеню мениджмънта технологиите са основно ядро за правилното изпълнение и функциониране (Kimes, S. E., 2008; Wirtz, Kimes, & Pheng, 2003).

Отчетите от ресторантьорските софтуери са механизмът за изчисляване и анализ на икономическите показатели в ресторантьорското предприятие и са основен фактор в ревеню мениджмънта, като служи за показател за ценообразуването, планирането на обема продажби и оборота от ресторантьорска дейност. От коректността на седмичните, месечните и годишните отчети тяхното сравнение с минали периоди се определят бъдещите прогнози в продажбите. От това зависят правилното ценообразуване, развитието и оцеляването на ресторантьорската структура.

Технологичните системи подкрепят усилията на мениджърите на ресторанти за подобряване на продажбите и печалбите чрез ревеню мениджмънт (Kimes, S. E., 2008). Това става чрез много стратегии, една от които е разделянето на едно хранене на неговите компонентни секции. По този начин мениджърът определя кои техники да се прилагат на определен етап, с цел да осигури най-голяма финансова изгода за ресторанта.

При приемането на избраната компютърна софтуерна система за ресторанта мениджърите трябва първо да направят финансов анализ, за да определят дали цената на технологията ще бъде по-висока, отколкото да се компенсира от подобрения в приходния поток. Ако това финансово изчисление е благоприятно, тогава ръководството трябва да вземе предвид ползите както за служителите, така и за клиентите и благоприятното възприятие към новата технологична среда и убеждението, че това е в тяхна полза. Без

тези елементи, ресторантьорския софтуер е изправен пред трудни избори, независимо каква е бъдещата финансова изгода.

Коректно въведена компютърна система може повече от това да компенсира разходите си с увеличаване на приходите. Ресторантьорските софтуери поддържат гамата за управление и ревеню мениджмънт в ресторантите и са от сравнително прости системи за обработка на кредитни карти и отчитане на оборота, до сложен софтуер за управление на масите в ресторанта, онлайн резервации, пряка връзка с уеб страницата на ресторанта, контролиране на производството в кухнята, съдържат информация относно наличността на складовата база, статистически диаграми за сравнения с минали периоди, дори изкуствен интелект и др.

Благодарение на тях се градят фундаментът и изграждането на печелившия начин за работа в ресторантьорската структура. С навлизането на новите технологии и технологични системи се обоготяват възможностите за информираност, дигитализация и глобализация на ресторантьорския бизнес.

Ресторантьорските предприятия отдавна са излезли от „зоната си на комфорт“ и традиционния начин на работа. Поради свръхконкуренцията, която е на пазара в момента, всеки ресторант търси най-атрактивния начин за представяне, като включва в менюто си много повече от храна и напитки. Ресторантите могат да прилагат технологичните системи към *изживяването в храненето* и да постигнат едновременно увеличаване на приходите и удовлетвореност на клиентите. Това се изразява в непрестанната връзка на клиентите с интегрираните софтуерни системи на ресторанта, сайтовете за масова комуникация и интернет, като споделят с останалия свят своя опит и преживяване.

Задължително е констатиране на ползите от използването на новите технологии и за двете страни – *клиенти и ресторант* – и анализиране как ресторантският софтуер може да се използва във всяка фаза на *„изживяването от храненето“ в ресторантьорското предприятие. Прилагането на технологии, софтуерни продукти и дигитализирането на услугите допринасят за информираността както за настоящите и бъдещите клиенти, така и за самите ресторантьорски структури. Това поставя ресторантьорския бизнес на едно ново технологично ниво, подлежащо на непрестанно обогатяване, изучаване и анализиране. Този подем от своя страна носи развитие и адаптиране на ресторантьорския продукт към новата пазарна глобално информирана среда.*

Заклучение

Направеният анализ ни дава възможност да формулираме следните по-важни изводи и обобщения:

Първо. Развиващите се технологични решения подкрепят усилията на мениджърите на ресторантьорски предприятия за подобряване на продажбите, оптимизиране на разходите и увеличаване на печалбите, като представляват по своята същност един съвременен подход за прилагане на управлението на приходите в ресторантьорството.

Второ. Използването на съвременни технологии днес е културна норма, която води до повишаване на качеството на ресторантьорския продукт, подобряване на производствената и управленската сфера. Прилагането на дигитални и иновативни решения са ценен похват на ревеню мениджмънта за постигане на финансови цели.

Трето. За целите на ревеню мениджмънта една ресторантьорска софтуерна система трябва да притежава систематизираните в настоящата студия функции. Освен тях към нея се поставят изисквания за бързина на системата, лесен за използване интерфейс, качествено обслужване и поддръжка, подходящо обучение и маркетингови възможности.

Една от съвременните световни тенденции в ресторантьорския бизнес е развитието на ресторантьорските технологични, софтуерни системи, които подпомагат ускоряването на информационния обмен, проучването и съхранението на информация и съдействат и улесняват управленските процеси. Те дават възможност и за подобряване и улеснение управлението на капацитета, на времето, на менюто, на клиентите, подпомагат формирането на цените и прилагане на подходящи тактики и стратегии на ревеню мениджмънта. Това дава възможност за изправянето на ресторантьорския бизнес пред откриването на една нова ера в неговата дейност.

С оглед на работата на ресторантите по света констатираме, че все повече от тях възприемат и внедряват новите технологии и софтуерни продукти, за да оптимизират операциите в ревеню мениджмънта на ресторантьорската индустрия. За да отговори на постоянно променящите се потребителски предпочитания и изисквания, ресторантьорският бизнес се нуждае от непрестанно усъвършенстване и изучаване на консолидационната връзка между ревеню мениджмънта на ресторантьорския бизнес, технологиите и еволюирането на ресторантьорския продукт в съвременната пазарна среда. Въпреки необходимостта от технологични услуги в помощ на управлението на приходите в ресторантьорството, основната причина за незабравимото изживяване при хранене и получаване на висококачествен ресторантьорски продукт си остава човешкият фактор в лицето на качественото обслужване и съвършено приготвената храна.

Използвани източници

Buhalis, D. (2022). *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Tourism Management and Marketing.

- Customer Management In Restaurants: How To Deal With Difficult Customers*. (2 ноември 2018 г.). Свалено от <https://www.posist.com/restaurant-times/restro-gyaan/experts-guide-to-customer-management-dealing-with-difficult-customers.html>
<https://www.posist.com/restaurant-times/restro-gyaan/experts-guide-to-customer-management-dealing-with-difficult-customers.html>
- Jones, P. (1998). *Food service operation*. London: Cassel.
- Jones, P., & Merricks, P. (1994). *Managment of food service operation*. London: Cassel.
- Kimes, E. S., & Wirtz, J. (2007). *Customer satisfaction with seating policies in casual-dining*. Cornell : Cornell University.
- Kimes, S. E. (2011). *Customer Perceptionsof ElectronicFood Ordering* (Том 11). Cornel: Cornell Hospitality Report.
- Kimes, S. E. (August 2008 г.). The Role of Technology in Restaurant Revenue. *Cornell University* , стр. 297-309.
- Kimes, S. E. (н.д.). www.sherrickimes.com. Изтеглено на 2021 от www.sherrickimes.com: <https://www.sherrickimes.com/>
- Kimes, S. E., & Jeannette, H. (2019, Януари). Implementing Revenue Management in Your restaurant business. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* , pp. 1-13.
- Mitchell, I. (5 March 2017 г.). *The Agile PMO* . Свалено от <https://www.scrum.org/resources/blog/agile-pmo>
- Raab, C., & Mayer, K. (2009). Activity based pricing: can it be applied to restaurants? *International jurnal of Contemporary Hospitality Management* , 21.
- Ravipat, K. S. (11 02 2020 г.). Mobiles have changed the way we communicate. *International Journal of English* , 40-43.
- Tandon, A., Kaur, P., & BhattMatti, Y. (15 november 2021 г.). Why do people purchase from food delivery apps? A consumer value perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services* , 1-15.
- Wirtz, J., Kimes, E. S., & Pheng, J. H. (2003). Resolving potential customer conflicts. *Revenue and Pricing Management 2* , стр. 218-235.
- Wunderman Thompson Intelligence. (2022). *Професионалната медия за маркетинг и реклама*. Свалено от <https://redlink.bg/>: <https://redlink.bg/kuhnya-prizrak-e-badeshteto-na-restorantite-207news.html>
- Вараджаква, Д. (2015). *Ревеню мениджмънт в туризма*. София: Издателство „Авангард Прима“.
- Ганьон, Р. (2 септември 2022 г.). *Как технологиите променят ресторантьорския бизнес*. Изтеглено на 23 януари 2023 г. от Forbes Business: https://www-forbes-com.translate.goog/sites/forbesbusinesscouncil/2022/09/02/how-technology-is-changing-the-restaurant-business/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=bg&_x_tr_hl=bg&_x_tr_pto=sc
- Джамбазов, В. (2011). *Уеб базирани потребителски интерфейси*. София: Нов български университет.
- Дъбева, Т., & Луканова, Г. (2019). *Ресторантьорство*. Варна: Наука и икономика-Икономически университет.
- Рибов, М. (2007). *Ресторантьорство и хотелиерство* . София: Тракия -М.
- Хмьорова, С. (2010). *Ресторанной маркетинг*. Москва: Юнити.

ТЕХНОЛОГИИТЕ В ПОДКРЕПА НА РЕВЕНЮ МЕНИДЖМЪНТА НА РЕСТОРАНТЪОРСКИЯ БИЗНЕС

Галя Колева Монева, докторант
СА „Димитър А. Ценов“ - Свищов

Резюме: Проучването разглежда въпроси, свързани с прилагането на технологични решения в управлението на приходите, които подпомагат справяне с предизвикателствата и усъвършенстване на възможностите на ресторантърския бизнес. Цел на разработката е да систематизират и представят в съвременен контекст приложими технологии, подпомагащи ревеню мениджмънта. Основната авторова теза е, че съвременните технологични способности са полезни и все по-необходими средства на модерния ревеню мениджмънт. В първата част на студията е разгледана консолидационната връзка между ревеню мениджмънта и софтуерните ресторантърски системи. Във втората част са систематизирани съвременните технологични решения в ресторантърския бизнес с влияние върху ревеню мениджмънта. Необходимите функции на ресторантърските софтуери за целите на успешния ревеню мениджмънт са представени в третата част. В разработката са намерили място и някои от основните тенденции в развитието на технологичните решения на ресторантърския бизнес. В резултат на анализа се стига до заключението, че, подпомагайки глобализацията и ускорявайки обмена на информация, технологиите са един от основните фактори за глобалното икономическо развитие. В заключение се посочва, че положителният икономически ефект, който технологиите подкрепят в ресторантърството, допринася за развитие на този вид бизнес в съвременните условия и разкриването на нови възможности за укрепване и разширяване на пазарните позиции.

Ключови думи: ресторантърски бизнес, ревеню мениджмънт, технологични решения.

JEL: L83, O12, Z33.

TECHNOLOGIES IN SUPPORT OF REVENUE MANAGEMENT OF RESTAURANT BUSINESS

Galya Koleva Moneva, PhD student
Tsenov Academy of Economics - Svishtov

Abstract: The study examines issues related to the application of technological solutions in revenue management that help address the challenges and improve the opportunities of the restaurant business. The aim of the development is to systematize and present in a modern context applicable technologies supporting revenue management. The author's main thesis is that modern technological methods are useful and increasingly necessary means of modern revenue management. The first part of the study examines the consolidation relationship between revenue management and software restaurant systems. In the second part, modern technological solutions in the restaurant business with an impact on revenue management have been systematized. The necessary functions of restaurant software for the purposes of successful revenue management have been presented in the third part of the development. Some of the main trends in the development of technological solutions for the restaurant business also found a place in the development. As a result of the analysis, it is concluded that by supporting globalization and accelerating the exchange of information, technology is one of the main factors for global economic development. In conclusion, it is stated that the positive economic effect that technology supports in the restaurant industry contributes to the development of this type of business in modern conditions and the discovery of new opportunities for strengthening and expanding market positions.

Key words: restaurant business, revenue management, technological solutions.

JEL: L83, O12, Z33.

Съдържание

Увод	136
1. Ревеню мениджмънтът и технологичните системи в консолидационна връзка.....	137
2. Съвременни технологични решения в ресторантьорския бизнес и ревеню мениджмънта.....	141
3. Ресторантьорските софтуери и ревеню мениджмънт.....	147
Заключение.....	153
Използвани източници.....	154

ТОМ СХХV

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ "Д. А. ЦЕНОВ"
СВИЦОВ



ГОДИШНИК

ТОМ СХХV

2022

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“
Свищов, ул. Ем. Чакъров, 2

АКАДЕМИЧНО ИЗДАТЕЛСТВО „ЦЕНОВ“
Свищов, ул. Ц. Церковски, 11А

ГОДИШНИК
ТОМ СХХV

Даден за печат на 19.04.2023 г.
Печатни коли 22,5; формат 16/70/100; тираж 40 бр.
Излязъл от печат на 21.04.2023 г.

ISSN 0861-8054

Съдържание

Трифенова, С. Тенденции в изменението на външните макроикономически дисбаланси на България.....	7
Найденев, Л. Качествени характеристики на регионалната данъчна свобода	39
Христова, Д., Паламарова, П. Изследване на приложенията на маркетинговия микс в културния сектор в България	65
Йорданов, А. Трансформация към гъвкаво управление на проекти – предизвикателства пред ИТ индустрията	94
Борисов, Т. Развитие на нисковъглеродния транспорт в Европа: данъчни облекчения и стимули за покупка	122
Монева, Г. Технологиите в подкрепа на ревеню мениджмънта на ресторантьорския бизнес	136
Тодоров, Л., Шопова, М., Иванова, З., Александрова, А. Кръговата икономика в контекста на релацията Индустрия 4.0 – Общество 5.0.....	159