

FRI-110-1-CLEMPP(S)-06

METHODOLOGY FOR DEVELOPING DIGITAL COMPETENCE IN RESTAURANT STAFF ⁹⁶

Katya Stankova Atanasova

Vocational High school of Tourism „Prof. Dr Assen Zlatarov”, Burgas

Tel.: 0878252002

E-mail: katya.atanasova0284@gmail.com

Abstract: *In the modern world, digitalization plays a key role across all sectors of the economy, including the restaurant industry. Professionals in this sector need specific knowledge and skills related to technological innovations to meet the growing demands of the industry. The development of digital competencies among restaurant staff is crucial for enhancing managerial effectiveness, improving service quality, and increasing the competitiveness of businesses. This report presents a methodology for developing digital competence, which includes training, adaptation to new technologies, and the application of best practices. The implementation of this methodology is expected to lead to significant improvements in the operational performance of restaurant establishments and increased customer satisfaction.*

Keywords: *Digital competence, restaurant industry, innovation, technology, training, methodology*

ВЪВЕДЕНИЕ

Настоящият доклад разглежда критичното значение (необходимостта от внедряване) на дигиталните компетентности в ресторантьорския сектор, който преживява значителни трансформации благодарение на технологичния напредък. Технологиите играят все по-голяма роля в управлението на ресторантите и взаимодействието с клиентите, което създава необходимост от нови умения и знания. Въвеждането на нови технологии изисква адаптация към усъвършенствана ИКТ инфраструктура и е-интегрирани бизнес процеси. Формирането на дигитални компетентности е от съществено значение за подготовката на съвременните професионалисти в ресторантьорството. В контекста на Европейската квалификационна рамка, „компетентност“ се дефинира като „доказана способност за използване на знания, умения и личностни, социални и/или методологични дадености в работни или учебни ситуации и в професионално и личностно развитие“ (Европейска квалификационна рамка). Според Европейската рамка за дигитална компетентност на гражданите (DIGCOMP), петте основни области на дигитална грамотност са: обработка на информация, комуникация, създаване на съдържание, безопасност и разрешаване на проблеми (DIGCOMP).

ИЗЛОЖЕНИЕ

Аспекти на дигиталните компетентности в ресторантьорския сектор

Дигиталната трансформация в ресторантьорството обхваща широк спектър от компетенции и технологии, които са от съществено значение за ефективното функциониране и развитието на ресторантските предприятия в съвременната дигитална среда. Внедряването на дигитални технологии не само оптимизира операциите, но и подобрява клиентското изживяване, което е ключово за конкурентоспособността на заведенията.

Управление на технологични системи

Първият основен аспект включва управлението на технологични системи, които са интегрална част от ежедневните операции в ресторанта. Това обхваща познания и умения за работа със софтуерни решения, предназначени за управление на резервации, касови системи (POS), инвентаризация и други оперативни процеси. Адекватното използване на тези

⁹⁶ Докладът е представен пред секция „Съвременно чуждоезиково обучение, методика, педагогика и психология“ на 63-тата научна конференция на Русенския университет „Ангел Кънчев“ и Съюза на учените-Русе на 18 октомври 2024 година с оригинално заглавие на български език: МЕТОДИКА ЗА ФОРМИРАНЕ НА ДИГИТАЛНА КОМПЕТЕНТНОСТ НА РЕСТОРАНТЬОРСКИТЕ КАДРИ

системи е ключово за постигане на оперативна ефективност и оптимизиране на процесите, което води до значително подобряване на клиентското обслужване и финансовите резултати.

Дигитален маркетинг и управление на социални медии

Друг съществен аспект е дигиталният маркетинг и управлението на социални медии. В днешния свят, онлайн присъствието на ресторанта е от критично значение за изграждането на бранд и увеличаването на видимостта в дигиталната среда. Уменията за създаване на ангажиращо съдържание, реализиране на рекламни кампании и анализ на тяхната ефективност са основополагащи за привличането и задържането на клиенти. Ефективното управление на социални платформи като Facebook, Instagram и TikTok позволява не само промотиране на ресторанта, но и управление на онлайн репутацията му. Създаването и поддържането на уебсайт, както и оптимизацията за търсачки (SEO), са ключови за увеличаване на видимостта онлайн и привличане на целевата аудитория. В контекста на SEO, успешното интегриране на ключови думи и оптимизацията на съдържанието на уебсайта подобряват класирането на ресторанта в търсачките, което води до увеличаване на органичния трафик.

Анализ на данни и бизнес интелигентност

Анализът на данни и използването на бизнес интелигентност представляват още един критичен аспект от дигиталната компетентност в ресторантьорството. Използването на аналитични инструменти за събиране и интерпретиране на данни относно продажби, клиентски предпочитания и оперативни разходи дава възможност за вземане на информирани решения и оптимизация на бизнес процесите. Приложението на софтуерни решения за прогнозиране на търсенето и оптимизация на ресурсите може значително да подобри икономическите резултати на ресторанта.

М. Иванова представя изследване на линеен оптимизационен модел по критерий минимална цена на комбинация от менюта в онлайн ресторантьорския бизнес в България, използвайки данни от платформата <https://blagodaria.bg/> за доставка на храна (Ivanova, M., 2024, pp. 69-78). Тя отбелязва, че често в ресторантьорството е необходимо изготвянето на специално меню, което да съдържа храни с точно определено съдържание на хранителните вещества, отговарящи на нуждите на клиента. Линеиният оптимизационен модел позволява намирането на най-ниската цена на подобно меню, като използва данни от онлайн платформи.

Тази концепция подчертава как дигитализацията и напредналите аналитични методи, като линеен оптимизационен модел, допринасят за оптимизацията на бизнес операциите и подобряват удовлетвореността на клиентите чрез по-добро управление на ресурсите и ценообразуването.

Електронна търговия и управление на платформи за резервации и доставки

С развитието на дигиталните технологии, електронната търговия и управлението на платформи за резервации и доставки също играят важна роля. Способността за интегриране на различни канали за продажби и осигуряване на безпроблемно обслужване на клиентите е от критично значение за удовлетвореността на клиентите и ефективността на операциите. Управлението на онлайн резервации чрез CRM системи позволява персонализиране на клиентския опит, докато дигиталните платформи като Glovo за доставки оптимизират веригата за доставки.

Т. Тодорова в свой научен труд разглежда различните начини, по които информационните технологии (ИТ) се използват за подобряване на маркетинговите стратегии, оптимизиране на операциите в управлението на веригата за доставки и насърчаване на сътрудничеството между управлението на веригата за доставки и маркетинга. Там тя заключава, че „въпреки че информационната интеграция между дейностите по управление на веригата за доставки и маркетинга е предизвикателна, с трудности, вариращи от технологични и финансови ограничения, нужда от квалифициран персонал, до правни ограничения, тя също така създава възможност за създаване на устойчиво конкурентно

предимство на базата на по-ефективни, ориентирани към клиента и екологично осъзнати управленски практики“. (Todorova, T., 2024, pp. 79-87)

Киберсигурност

Киберсигурността е неизменен аспект на дигиталната компетентност, особено в контекста на нарастващите заплахи в дигиталната среда. Уменията за защита на чувствителна информация, включително лични данни на клиенти и финансови трансакции, са важни за предотвратяване на киберзаплахи и защита на системите. Надеждните мерки за киберсигурност са от съществено значение за изграждане на доверие сред клиентите и защита на репутацията на ресторанта.

Интерактивни технологии и клиентско изживяване

Интерактивните технологии, като дигитални менюта и самостоятелни поръчкови системи и QR кодове, играят важна роля за подобряване на клиентското изживяване и оптимизиране на оперативните процеси. Разбирането и внедряването на тези нови технологии помага за ускоряване на обслужването и намаляване на разходите, като същевременно предоставя на клиентите модерен и удобен начин за взаимодействие с ресторанта.

Обучение и развитие на персонала

Накрая, но не на последно място, обучението и развитието на персонала в използването на нови дигитални инструменти и технологии е от критично значение. Ефективното обучение на служителите осигурява успешното внедряване и максимално използване на дигиталните технологии в ежедневната работа на ресторанта, което допринася за повишаване на конкурентоспособността и устойчивото развитие на бизнеса.

Дигиталните компетентности в ресторантьорския сектор обхващат широк спектър от теоретични и практически аспекти, които са от съществено значение за успеха на съвременните ресторантьорски предприятия в динамичната технологична среда. Развитието и прилагането на тези компетентности не само подобрява оперативната ефективност, но също така подпомага изграждането на устойчив и конкурентен бизнес модел.

Примерна методика за формиране на дигитални компетентности

Методологията за формиране на дигитална компетентност играе ключова роля в успешната интеграция на новите технологии в ресторантьорството. Според Дечев(2022), „натрупаният опит показва, че от подобни методологични познания и ориентири, отнасящи се до научно-изследователската дейност в туризма, се нуждаят не само младите в науката или професионалните научни работници и университетски преподаватели. Нуждаят се и специалистите от практиката, които провеждайки своята опитна и изследователска работа, могат да вградят конкретни иновации, да представят резултатите им на научни форуми или да разработят собствено научно изследване“. Този принцип важи с особена сила за ресторантьорския сектор, където е необходимо да се изгради систематичен подход за обучение, базиран на актуални научни познания и потребности на практиката.

Методологията за формиране на дигитална компетентност играе ключова роля в успешната интеграция на новите технологии в ресторантьорството. Според Дечев (2022), „натрупаният опит показва, че методологичните насоки са необходими не само за научни изследователски преподаватели, но и за професионалисти на практика. Вграждането на иновации в ежедневните операции, на база опитна и изследователска работа, е ключово за развитието на ресторантьорския сектор.

Разработването на методика за формиране на дигитални компетентности в ресторантьорския сектор изисква систематичен подход, който включва няколко основни стъпки.

Оценка на текущото състояние

Първоначалният етап в разработването на методика за дигитални компетентности включва задълбочена оценка на текущото състояние на дигиталните умения и технологиите

в ресторанта. Тази оценка се състои от два основни аспекта: наличните технологии и уменията на персонала.

Оценката на наличните технологии включва идентификация на използваните софтуерни и хардуерни системи в ресторанта. Важно е да се установи дали текущите технологии са актуални и отговарят на нуждите на бизнеса. Тази стъпка позволява да се определи необходимостта от модернизация или подмяна на системите. Например, анализът може да покаже, че ресторантът използва остарели софтуерни решения, които не предоставят необходимата функционалност или не са съвместими с новите технологични решения.

На следващо място, оценката на уменията на персонала е също от голямо значение. Чрез използване на анкети, тестове и интервюта може да се идентифицират нивото на дигитална грамотност на служителите и конкретните области, в които те имат нужда от допълнително обучение. Например, важно е да се определи дали служителите умеят да работят със системи за резервации, складови системи или дигитални платежни платформи. Тази информация предоставя основа за създаването на целенасочени обучителни програми.

Определяне на целите на дигитализацията

Основната цел на дигитализацията е повишаване на ефективността чрез автоматизация на ръчните процеси. Това включва използването на софтуерни системи, които автоматизират задачи като резервации, складово управление и поръчки. Автоматизацията може значително да намали времето, необходимо за обработка на тези задачи, и да увеличи точността и бързината на операциите.

Подобряването на клиентското обслужване също е ключова цел. Внедряването на системи за анализ на клиентски данни може да позволи по-добра персонализация на услугите, като се използват данни за предпочитанията и поведението на клиентите. Това позволява на ресторантите да предоставят по-индивидуализирани предложения и услуги, които отговарят на специфичните нужди на клиентите.

Увеличаването на приходите чрез дигитален маркетинг и онлайн платформи е друга важна цел. Използването на платформи за дигитална реклама и управление на социални медии може да помогне за привличането на нови клиенти и увеличаване на видимостта на ресторанта.

Избор на подходящи технологии

След определяне на целите на дигитализацията, следва изборът на подходящите технологии и инструменти. Изборът на технологии трябва да бъде в съответствие с установените цели и нуждите на ресторанта.

Софтуерът за управление на резервации и клиенти е от основно значение. Решения като Reservation.Studio, Yanaksoft, и Rezzo предлагат функции за ефективно управление на резервации, клиентска информация и комуникация с клиентите. Тези системи позволяват на ресторантите да управляват резервациите по-ефективно и да предоставят по-добро обслужване на клиентите.



Фиг. 1. Rezzo.bg

Системите за складово управление също играят важна роля. Софтуери като TouchBistro, Toast, Clover, MarketMan, Clock и R-keeper предоставят възможности за проследяване на наличности, автоматизация на поръчките и управление на инвентара. Те помагат за оптимизиране на складовите операции и намаляване на загубите.

Инструментите за дигитален маркетинг, като Google Ads и Facebook Business Suite, са необходими за успешно управление на рекламните кампании и онлайн присъствието на ресторанта. Платформи за управление на социални медии, като Hootsuite, също са полезни за планиране и мониторинг на съдържанието в социалните мрежи.

Обучение на персонала

Обучението на персонала е от съществено значение за успешната дигитализация. Обучението трябва да бъде структурирано и да обхваща различни аспекти, включително първоначално обучение, продължаващо обучение и практически задачи.

Внедряване на системите

Внедряването трябва да бъде внимателно планирано и изпълнено.

Тестовият период е първата стъпка в внедряването на новите системи. Провеждането на тестова фаза, при която новите технологии се тестват в малък мащаб, позволява откриването и отстраняването на проблеми преди пълното внедряване. Това осигурява гладък преход и минимизира рисковете от възможни затруднения.



Фиг. 2. POS терминал

Интеграцията на новите системи с текущите технологии в ресторанта е също от съществено значение. Осигуряването на съвместимост между новите и старите системи е ключово за безпроблемното функциониране на бизнес процесите и избягване на технически проблеми.

Мониторинг и обратна връзка

Процесът на дигитализация не завършва с внедряването на новите технологии. Необходимо е постоянно наблюдение на ефективността на системите и събиране на обратна връзка от персонала.

Редовният мониторинг включва наблюдение на влиянието на новите технологии върху ефективността и качеството на обслужването. Измерването на ключови показатели, като време за обработка на поръчки, точност на резервациите и удовлетвореност на клиентите, предоставя информация за ефективността на новите системи.

Адаптация и оптимизация

На база на събраната информация от мониторинга и обратната връзка, методиката трябва да бъде адаптирана и оптимизирана. Адаптацията на обучението и оптимизацията на процесите са необходими за осигуряване на дългосрочен успех на дигитализацията.

Адаптирането на обучението включва организиране на допълнителни обучения.

Приложение на методиката в практиката

Прилагането на предложената методика в практиката изисква ангажираност на всички нива в ресторантьорския бизнес. Управителите на ресторантите трябва да поемат водеща роля в интеграцията на новите технологии и обучението на персонала. Освен това, е важно

да се създаде подкрепяща среда, в която служителите се чувстват мотивирани и подкрепяни в усвояването на нови дигитални умения.

Примерите за успешно прилагане на методиката включват ресторанти, които са внедрили иновативни системи за управление на поръчките и комуникация с клиентите, което е довело до значително подобрене на ефективността и увеличаване на клиентската база. В тези случаи, служителите са преминали през специализирано обучение, което им е позволило бързо и ефективно да се адаптират към новите изисквания.

ИЗВОДИ

Развитието на дигитални компетентности в ресторантьорския сектор е от решаващо значение за успешната адаптация към динамичната и конкурентна среда на съвременния пазар. Методиката за формиране на тези компетентности, описана в този доклад, предоставя цялостен подход към обучението и внедряването на нови технологии. Чрез систематичното прилагане на тази методика, ресторантьорските предприятия могат да постигнат значителни подобрения в оперативната си дейност, което ще доведе до повишаване на качеството на обслужване и удовлетвореността на клиентите.

Дигиталната компетентност в ресторантьорството обхваща разнообразие от ключови аспекти, които са от съществено значение за ефективното функциониране и развитие на предприятията в съвременната технологична среда. Теоретичното разбиране и практическото приложение на тези аспекти са от съществено значение за осигуряване на конкурентоспособността и устойчивостта на ресторантьорския бизнес.

REFERENCES

- Ala-Mutka, K. (2011). Mapping Digital Competence: Towards a Conceptual Understanding, European Commission – JRC-IPTS, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Alt, R., (2021), Digital Transformation in the Restaurant Industry: Current Developments and Implications, *Journal of Smart Tourism*, 1(1), pp. 69-74.
- Berezina, K., Ciftci, O. and Cobanoglu, C. (2019). ‘Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Restaurants’, Ivanov, S. and Webster, C. (Ed.) *Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality*, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. 185-219 [online]. Available at: <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-687-320191010> [Accessed: 02.09.2024]
- Dechev, Z., 2022. Methodology of scientific research in tourism. Sofia: UI St. Kliment Ohridski, (3),14 (**Оригинално заглавие:** Дечев, З., 2022. Методология на научното изследване в туризма. София: УИ „Св. Климент Охридски“)
- European Qualifications Framework. (2023). *European Qualifications Framework (EQF)* [online]. DIGCOMP. (2023). *European Framework for the Digital Competence of Citizens (DIGCOMP)*. [online] Available at: <https://squeeze-growth.com/bg/best-restaurant-management-platforms-and-software/> [Accessed 02.09.2024]
- Ivanova, M., 2024. Linear optimization model of menus from the online restaurant business in Bulgaria. *Management and education*, 20 (2), pp. 69-78 (**Оригинално заглавие:** Иванова, М., 2024. Линеен оптимизационен модел на менюта на онлайн ресторантьорския бизнес в България. Академично списание управление и образование, кн. 2, том 20)
- Reservation Studio [online]. Available at: <https://reservation.studio/services> [Accessed 02.09.2024]
- Rezzo.bg [online]. Available at: https://rezzo.bg/reservation_software [Accessed 02.09.2024]
- Todorova, T., 2024. Application of information technology in marketing and supply chain and its role in integration between them. *Management and education*, 20 (2). pp. 79-87 (**Оригинално заглавие:** Тодорова Т., 2024. Приложение на информационните технологии в маркетинга на веригите за доставки и ролята им в интеграцията между тях. Академично списание управление и образование, кн. 2, том 20)
- Yanak Soft [online]. Available at: <https://yanaksoft.com/> [Accessed 02.09.2024]