

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

Внедрение цифровых технологий в сфере общественного питания
(на примере суши-бара «Саюри»)

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студента 2 курса 268 группы
направления 43.04.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Проводина Артема Андреевича

Научный руководитель
Доцент, к.э.н., доцент

Т.В. Темякова

Зав. кафедрой
Профессор, д.э.н., профессор

Т.В. Черевичко

Саратов 2025

ВВЕДЕНИЕ. Цифровизация представляет собой процесс внедрения современных цифровых технологий в различные аспекты жизни и производства. Это понятие охватывает целый ряд преобразований, которые становятся возможными благодаря использованию новейших цифровых решений, таких как искусственный интеллект, большие данные, облачные вычисления и другие. Эти технологии не только изменяют производственные процессы, но и влияют на взаимодействие между людьми, предприятиями и государственными структурами. Цифровизация охватывает широкий спектр сфер — от экономики и науки до образования и здравоохранения.

В более широком глобальном контексте цифровизация становится неотъемлемой частью экономической деятельности, которая основывается на применении этих цифровых технологий в самых различных отраслях. Это явление не ограничивается одной страной или регионом, а развивается по всему миру, охватывая страны с разным уровнем экономического развития. В некоторых странах цифровизация уже в полной мере стала основой развития, в то время как другие только начинают внедрять эти технологии, осознавая их важность для роста экономики и повышения конкурентоспособности. Везде цифровизация приносит с собой новые возможности и вызовы, требующие инновационного подхода и адаптации.

Актуальность выбранной темы заключается в необходимости использования цифровых технологий для повышения конкурентоспособности и эффективности бизнеса в сфере общественного питания, особенно в условиях быстро меняющихся потребностей посетителей и роста цифровых сервисов. Тема представляет интерес как с практической, так и с научной точки зрения, так как она направлена на решение реальных задач, стоящих перед предпринимателями в данной отрасли.

Цель выпускной квалификационной работы — на основе изучения теоретико-прикладных аспектов исследования цифровых технологий в сфере общественного питания изучить внедрение цифровых технологий в суши-бар «Саюри» и разработать рекомендации по оптимизации их использования.

Задачи:

- Изучить понятие цифровых технологий и факторы, обуславливающие развитие цифровизации в сфере услуг;
- Выявить особенности применения цифровых технологий в сфере общественного питания;
- Провести анализ рынка цифровых инноваций как способа оптимизации процессов в сфере общественного питания;
- Дать характеристику хозяйственной деятельности суши-бара «Саюри»;
- Проанализировать текущее состояние цифровых технологий в процессе предоставления услуг общественного питания в суши-баре «Саюри»;
- Разработать рекомендации по оптимизации применения цифровых технологий в общественном питании в суши-баре «Саюри».

Процесс внедрения информационных систем на предприятиях общественного питания, уделяя особое внимание улучшению операционного управления, изучала А.В. Гаврилова¹. В её работе рассматриваются программные решения для учёта складских запасов, финансовых потоков и контроля над поставками. В.М. Платонов² сосредоточился на изучении теоретических и прикладных аспектов цифровизации сферы услуг, включая рестораны и кафе. Он рассматривает, как цифровые технологии могут повысить качество обслуживания и оптимизировать взаимодействие с посетителями, например, с помощью онлайн-заказов и управления бронированием. С.Е. Никифорова³

¹ Гаврилова, А.В. Информационные технологии в управлении предприятиями общественного питания: опыт внедрения / А.В. Гаврилова. Москва: Финансовый университет при Правительстве РФ, 2019. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37456283> (дата обращения: 15.06.2024). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

² Платонов, В.М. Применение цифровых технологий в сфере услуг: теория и практика / В.М. Платонов. Москва: Высшая школа экономики, 2021. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38947392> (дата обращения: 15.06.2024). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

³ Никифорова, С.Е. Цифровизация в общественном питании: организационно-экономические аспекты / С.Е. Никифорова. – В кн.: Современные технологии управления в сфере услуг. Сборник статей. Москва: РАНХиГС, 2020. С. 15-30. [Электронный ресурс]. – URL:

исследовала организационно-экономические аспекты цифровизации на предприятиях общественного питания, обращая внимание на способы повышения эффективности и рентабельности заведений через автоматизацию производственных и управленческих процессов. И.И. Трофимова¹ посвятила своё исследование проблемам и перспективам автоматизации ресторанов и кафе в России, включая вопросы адаптации технологий к специфике российского рынка и анализ преимуществ от использования автоматизированных систем управления запасами и заказами. Е.А. Рогов² рассмотрел практические подходы к цифровой трансформации ресторанного бизнеса, акцентируя внимание на адаптации современных технологий под нужды потребителей и оптимизации работы персонала. Его исследования касаются интеграции цифровых технологий для улучшения гостевого опыта и повышения скорости обслуживания.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что предложенные в ней меры и рекомендации направлены на решение конкретных задач, стоящих перед предприятием общественного питания в современных условиях цифровой трансформации. Разработанные подходы по оптимизации цифровых технологий в суши-баре «Саюри» могут быть непосредственно внедрены в его операционную деятельность, что позволит повысить уровень обслуживания, сократить издержки, увеличить выручку и укрепить лояльность постоянных гостей. Проведённые расчёты подтверждают экономическую эффективность предлагаемых решений, включая короткий срок окупаемости и положительное влияние на ключевые финансовые и

<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37658254> (дата обращения: 15.06.2024). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

¹ Трофимова, И.И. Проблемы и перспективы автоматизации предприятий питания в России / И.И. Трофимова. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2018. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36873293> (дата обращения: 15.06.2024). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

² Рогов, Е.А. Цифровая трансформация ресторанного бизнеса: от теории к практике / Е.А. Рогов. Москва: Высшая школа экономики, 2020. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38356284> (дата обращения: 15.06.2024). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

операционные показатели. Кроме того, результаты исследования обладают высокой степенью адаптируемости: они могут быть использованы другими предприятиями малого и среднего бизнеса в сфере общественного питания, что делает работу значимой не только для конкретного объекта исследования, но и для более широкого круга практиков, заинтересованных в повышении конкурентоспособности своих заведений за счёт внедрения современных цифровых инструментов.

Магистерская работа состоит из введения, двух глав, шести параграфов, заключения и списка использованных источников. Первая глава посвящена теоретико-прикладным основам исследования цифровых технологий в сфере общественного питания. В ней раскрывается, что цифровизация представляет собой применение современных технологий для улучшения различных процессов в сфере услуг. В первом параграфе исследуется понятие цифровых технологий и анализируются ключевые факторы, стимулирующие их развитие в сфере услуг, такие как автоматизация, персонализация сервиса и оптимизация бизнес-процессов. Особое внимание уделяется влиянию цифровых инноваций на повышение эффективности работы и качество обслуживания в общественном питании.

Во втором параграфе рассматриваются особенности применения цифровых технологий в секторе общественного питания. В нем описываются различные технологические решения, используемые в ресторанах и кафе: системы управления заказами, цифровые кассовые системы, программы лояльности, а также способы автоматизации процессов на кухне и в зале. Подчеркивается, что внедрение цифровых технологий помогает оптимизировать обслуживание и делает взаимодействие с гостями более удобным и персонализированным.

Третий параграф анализирует рынок цифровых инноваций как средство оптимизации процессов в сфере общественного питания. Здесь оцениваются существующие и перспективные технологии, включая мобильные приложения, онлайн-бронирование, электронные меню и системы отслеживания качества.

Параграф подчеркивает необходимость изучения тенденций рынка и применения эффективных цифровых инструментов для повышения качества и эффективности работы предприятий общественного питания.

Вторая глава посвящена анализу внедрения цифровых технологий на примере конкретного предприятия – суши-бара «Саюри». В ней рассматриваются прикладные аспекты использования цифровых решений, их влияние на работу заведения и взаимодействие с посетителями. Первый параграф описывает хозяйственную деятельность суши-бара «Саюри», его особенности, ассортимент и специфику обслуживания. Также проводится анализ внутренней структуры предприятия и его конкурентных преимуществ на рынке общественного питания.

Во втором параграфе рассматривается текущее состояние использования цифровых технологий в процессе предоставления услуг общественного питания в суши-баре «Саюри». Оценивается, какие именно цифровые решения внедрены, их эффективность, а также их влияние на организацию работы и удовлетворенность гостей. Анализируются слабые и сильные стороны текущего уровня цифровизации, выявляются зоны, требующие улучшения.

Третий параграф посвящен разработке рекомендаций по оптимизации использования цифровых технологий в общественном питании в суши-баре «Саюри». Здесь предлагаются конкретные меры для улучшения использования цифровых инструментов. Рекомендации ориентированы на повышение операционной эффективности и улучшение гостевого опыта.

Заключение обобщает основные выводы работы, подчеркивая важность цифровых технологий для повышения конкурентоспособности предприятий общественного питания. В нем акцентируется внимание на значении комплексного подхода к внедрению цифровых решений, а также предлагаются рекомендации по дальнейшей цифровой трансформации суши-бара «Саюри» для улучшения качества обслуживания и увеличения лояльности посетителей.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ. Сфера общественного питания является одной из наиболее перспективных для применения цифровых

технологий. Быстрое обслуживание, персонализация заказов, возможность онлайн-бронирования и доставки становятся важными составляющими конкурентоспособности для ресторанов и кафе, которые стремятся предложить гостям комфортные условия и улучшить качество обслуживания. Переход на цифровые технологии позволяет предприятиям общественного питания не только оптимизировать свои внутренние бизнес-процессы, но и создать более гибкую и устойчивую модель ведения бизнеса, способную адаптироваться к изменяющимся условиям.

Определение термина «цифровизация» рассматривается в социальных и гуманитарных исследованиях.

Так, Я. В. Гайворонская, О. И. Мирошниченко¹ и А. Ю. Мамычев выделяют три понятийных значения термина «цифровизация», а именно:

- 1) переход с аналоговой формы передачи информации на цифровую;
- 2) «оцифровывание информации», перевод информации в цифровой формат для последующего хранения, распространения и использования;
- 3) широкий комплекс экономических, управленческих, социальных процессов, связанных с использованием и широким распространением собственно цифровых, компьютерных, информационных, электронных и сетевых (телекоммуникационных) технологий, систем искусственного интеллекта в современной жизни».

Цифровые технологии представляют собой обширный комплекс современных инструментов и инновационных решений, построенных на базе цифровых систем, данных и информационных технологий. Эти технологии выполняют ключевую функцию в упрощении и автоматизации множества процессов, что позволяет компаниям в различных отраслях добиваться более высоких показателей эффективности. Благодаря цифровым технологиям становится возможным не только автоматизировать стандартные и рутинные операции, но и повысить качество взаимодействия с гостями, сделать рабочие

¹ Гайворонская Я. В., Мирошниченко О. И. Правовые проблемы цифровизации: теоретико-правовой аспект // Правовая парадигма. 2019. № 18 (4). С. 27.

процессы более гибкими и прозрачными, а также значительно улучшить управление внутренними ресурсами.

Согласно данным TAdviser, с 2022 года рынок предприятий общественного питания демонстрирует стабильный рост. В 2023 году он увеличился на 10%, что свидетельствует о позитивной динамике в отрасли¹.

Кроме того, российские цифровые сервисы для общепита показали рост выручки более чем на 68% за 2023 год, что подчеркивает активное внедрение цифровых технологий в данной сфере². Также по прогнозам Euromonitor, рынок виртуальных ресторанов, активно использующих инструменты цифровизации, вырастет до \$1 трлн к 2030 году³.

Таким образом, на развитие цифровизации в сфере услуг влияет широкий спектр факторов — от меняющихся предпочтений гостей до новых технологических возможностей и государственных программ. Все эти факторы подталкивают предприятия к необходимости внедрения цифровых решений, которые становятся не просто средством повышения эффективности, но и важной частью их стратегии выживания и развития в условиях стремительно меняющегося рынка.

Цифровизация в сфере услуг, особенно в общественном питании, является неотъемлемой частью современного бизнеса. Предприятия, активно внедряющие цифровые технологии, получают конкурентные преимущества, повышают эффективность и улучшают качество обслуживания гостей.

Сегодня автоматизация ресторанов и других заведений общественного питания стала важнейшей составляющей их эффективной работы. Внедрение новых систем в ресторанный бизнес может привести к увеличению прибыли

¹ Тадвизер.ру. [Электронный ресурс]. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Тренды_российского_рынка_цифровизации_Horeca/ (дата обращения 10.09.2024). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

² Там же

³ Тренды в HoReCa 2024-2025: Что ждет индустрию гостеприимства в ближайшем будущем. [Электронный ресурс]. URL: https://suomifish.ru/novosti/trendyi-v-horeca-2024-2025/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (дата обращения 10.09.2024). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

организации на 10-40%. Это позволяет быстро окупить затраты на автоматизацию — зачастую уже за несколько месяцев. Возможность быстрого возврата инвестиций объясняется правильным выбором торгового оборудования и специализированного программного обеспечения.

Автоматизация предприятий общественного питания играет ключевую роль в повышении их эффективности и конкурентоспособности. Внедрение современных информационных систем позволяет оптимизировать процессы обслуживания, управления и учета, что приводит к увеличению прибыли и снижению издержек.

Задачи автоматизации:

- Повышение прибыльности и снижение издержек предприятия.
- Контроль и оптимизация деятельности предприятия.
- Улучшение качества обслуживания посетителей.
- Предотвращение хищений и прочих злоупотреблений со стороны персонала.
- Увеличение производительности труда персонала.
- Поддержка маркетинговых мероприятий и создание систем лояльности для постоянных гостей.
- Анализ деятельности и планирование дальнейшего развития.

Эти задачи пересекаются и взаимодополняют друг друга, обеспечивая комплексный подход к управлению предприятием.

По данным Росстата, оборот заведений общественного питания в России в 2024 году вырос на 9% и составил $\text{R}3,44$ трлн. В декабре 2024 года показатель достиг $\text{R}339,2$ млрд, увеличившись на 10,7% в годовом выражении. По данным аналитического агентства INFOline, российский рынок общественного питания показал значительный рост в регионах. Количество заведений в стране превысило 200 тыс. точек.¹ Основными факторами такого роста являются

¹ Ресторанный рынок России. [Электронный ресурс]. URL: <https://inlnk.ru/LAZLLj> (дата обращения 22.05.2025). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

повышение доходов населения, внедрение инновационных продуктов и технологий, а также автоматизация производственных процессов.

Внедрение цифровых технологий стало одной из ключевых причин роста отрасли. По данным исследования TAdviser, доля цифровизированных ресторанов увеличилась с 35% в 2019 году до 65% в 2023 году¹. Это связано с активным внедрением онлайн-заказов, мобильных приложений и программ автоматизации.

Сеть суши-баров «Саюри» была основана в апреле 2010 года в Саратове и начала свой путь как служба доставки японской кухни. Название сети — «маленькая лилия» — вдохновлено образом героини из романа «Мемуары гейши», что подчеркивает японскую тематику. Со временем, по просьбам гостей, бар открыл зал для посетителей и разработал новый формат, стремясь соответствовать концепции fast casual. В таком заведении гость получает блюда, приближенные к ресторанным по качеству, но платит небольшие деньги за счет экономии на обслуживании. Повара готовят из свежих продуктов, как только поступает заказ — без заморозки и полуфабрикатов. Готовое блюдо посетители забирают у стойки.

На данный момент открыто 9 суши-баров: 8 заведений в городе Саратове и одно заведение в городе Энгельсе. У создателей проекта есть планы открыть точки во всех районах Казани и параллельно масштабироваться в Поволжье. Сделать заказ можно на сайте или в приложении «Саюри», оно доступно в App Store и Google Play. Доставка может приехать как срочно, так и к конкретному времени. Стоимость будет зависеть от расположения, но практически в любой точке Казани, как и в уже открытых филиалах Саратова и Энгельса, можно будет получить заказ бесплатно, добрав блюд на определенную сумму — от 500 до 2 000 рублей. При заказе в заведении от 500 рублей посетителя угостят горячим кофе, а если сделать заказ на 1 000 рублей, то можно выбрать подарочные блюда.

¹ TAdviser [Электронный ресурс]. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Обзор_Цифровизация_промышленности_2024 (дата обращения 19.12.2024)

В каждом заведении работает в среднем около 30 сотрудников, включая администраторов, поваров, официантов, курьеров и вспомогательный персонал.

В связи с расширением сети численность сотрудников постепенно увеличивалась. Однако из-за высокой текучести кадров и возможных экономических факторов рост персонала не всегда был равномерным.

Горизонтальный анализ позволяет оценить динамику изменений финансовых показателей компании за определенный период.

По результатам горизонтального анализа финансовой отчетности ООО «Аллегория» за 2024 год по сравнению с 2023 годом наблюдается значительное снижение выручки, что указывает на ухудшение положения компании на рынке. Такое падение может быть связано с сокращением объемов продаж, снижением спроса на продукцию или услуг компании, либо с потерей ключевых гостей. Одновременно с этим произошло уменьшение себестоимости продаж, что свидетельствует о частичном сокращении производственных затрат. Тем не менее, валовая прибыль снизилась на 776 тыс. руб., что говорит о сохранении определённого уровня маржинальности, несмотря на общее падение доходов.

На фоне ухудшения выручки особенно отрицательно выглядит резкий рост коммерческих расходов с темпом роста 166%, что указывает на неэффективную структуру затрат в условиях снижения доходов. Напротив, управленческие расходы сократились более чем в два раза, что является положительным признаком и говорит о стремлении компании оптимизировать административные издержки. Однако этих усилий оказалось недостаточно, и прибыль от продаж снизилась более чем в два раза.

Вертикальный анализ финансовой отчетности ООО «Аллегория» показывает, что в 2024 году структура доходов и расходов изменилась. Доля себестоимости в выручке сократилась, что улучшило валовую рентабельность (рост с 6,82 % до 10,34 %). Однако резкий рост коммерческих расходов (с 2,59 % до 7,07 %) негативно повлиял на эффективность. Управленческие расходы немного снизились, а прибыль от продаж сократилась до 2,05 %. Чистая прибыль перешла в убыток, составив -0,41 % от выручки против +0,32 % годом ранее. Это

указывает на снижение финансовой устойчивости и необходимость сокращения коммерческих затрат.

Таким образом, финансовое положение ООО «Аллегория» в 2024 году нельзя считать устойчивым. Снижение выручки, переход от прибыли к убытку и рост доли коммерческих расходов указывают на снижение эффективности и риски для дальнейшего развития. Компании необходимо принимать меры по стабилизации и оптимизации затрат.

SWOT-анализ представляет собой инструмент стратегического анализа, который позволяет выявить сильные и слабые стороны компании, а также оценить возможности и угрозы внешней среды. Данный метод помогает определить конкурентные преимущества и стратегические риски, что важно для дальнейшего развития бизнеса.

Проведенный анализ показывает, что сеть суши-баров «Саюри» обладает рядом ключевых конкурентных преимуществ: высокое качество продуктов, демократичные цены, эффективная бизнес-модель fast casual и сильная программа лояльности.

Вместе с тем выявлены и слабые стороны, требующие доработки: ограниченное количество посадочных мест, недостаточное продвижение в соцсетях и отсутствие детского меню.

Наиболее перспективные возможности для роста включают расширение сети в Поволжье, развитие франчайзинга и внедрение новых цифровых технологий. Однако на пути развития существуют угрозы в виде жесткой конкуренции, экономических колебаний и возможного ужесточения регуляторных требований.

Использование цифровых технологий в суши-баре «Саюри» охватывает практически все этапы обслуживания — от заказа до доставки. Эти технологии помогают повысить эффективность работы заведения, обеспечить удобство для гостей и поддерживать высокий уровень обслуживания.

На текущем этапе цифровизация в «Саюри» охватывает ключевые бизнес-процессы, обеспечивая конкурентоспособность заведения и лояльность гостей.

Однако есть потенциал для дальнейшего развития: внедрение более продвинутых CRM-систем, систем аналитики и автоматизации HR-процессов позволит усилить позицию бренда на рынке.

Анализ текущего состояния цифровизации в ООО «Аллегория» (сеть суши-баров «Саюри») показывает, что предприятие находится на высоком уровне технологической зрелости в сфере автоматизации основных бизнес-процессов. Внедрение системы R-Keerer, мобильного приложения, электронной очереди, систем видеонаблюдения и цифровой бонусной программы позволило существенно сократить время обслуживания, минимизировать ошибки, повысить дисциплину персонала и укрепить лояльность гостей.

Тем не менее, в рамках дальнейшего развития целесообразно акцентировать внимание на внедрении комплексной CRM-системы, автоматизации HR-процессов, более продвинутой аналитики продаж и персонализации маркетинговых коммуникаций. Эти меры позволят улучшить качество управления, повысить точность прогнозирования спроса и обеспечить устойчивый рост конкурентных преимуществ сети.

Для оптимизации цифровых технологий в суши-баре «Саюри» предлагается ряд детальных рекомендаций, направленных на улучшение гостевого опыта, повышения качества обслуживания и автоматизации процессов:

1. Улучшение функционала мобильного приложения.
2. Автоматизация аналитики и заказов.
3. Внедрение CRM-системы.
4. Расширенные возможности видеонаблюдения.
5. Реализация обратной связи через приложение и сайт.
6. Интерактивные панели в зале.
7. Внедрение системы самообслуживания.
8. Оптимизация работы курьерской доставки через цифровые решения.

Наибольший прирост выручки может обеспечить расширение функционала мобильного приложения с углублённой персонализацией и

усовершенствованием действующей бонусной программы. Эта мера направлена на увеличение частоты повторных заказов (на 8–12%) и повышение среднего чека примерно на 5%, благодаря точечным предложениям, акциям и вовлекающим механикам. Кроме того, внедрение CRM-системы играет ключевую роль в стратегии персонализированного маркетинга: она позволяет сегментировать базу гостей и направлять индивидуальные предложения, тем самым повышая удержание и частоту заказов (при внедрении данного предложения прогнозируется такой же прирост выручки, как и при реализации вышеназванного мероприятия).

Снижение операционных издержек прежде всего достигается за счёт внедрения BI-аналитики, которая позволяет прогнозировать спрос, оптимизировать закупки и сократить перерасход продуктов. Потенциальная экономия может составить до 10% от бюджета на закупки при сроке окупаемости 4–6 месяцев.

Интерактивные панели и киоски самообслуживания способствуют ускорению процесса оформления заказов и снижению нагрузки на персонал. В совокупности это приводит к увеличению пропускной способности и сокращению фонда оплаты труда до 10%, что особенно важно в условиях высокой текучести кадров.

Кроме того, цифровая оптимизация курьерской логистики способствует сокращению затрат на доставку (на 5–7%) и повышению точности исполнения заказов, что положительно сказывается на уровне удовлетворённости гостей.

Наконец, развитие механизма обратной связи через мобильное приложение и сайт позволяет оперативно реагировать на замечания, вовремя устранять недостатки в сервисе и предотвращать отток постоянных посетителей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Выпускная квалификационная работа продемонстрировала, что цифровизация существенно улучшает качество работы предприятий общественного питания и повышает их конкурентоспособность. Современные цифровые технологии позволяют автоматизировать важные бизнес-процессы, делая их более эффективными и надёжными. Применение

технологий в управлении заказами, учете, аналитике, а также контроле качества обслуживания дает возможность обеспечивать высокие стандарты и соответствовать современным ожиданиям гостей. Пример суши-бара «Саюри» показал, что цифровизация помогает не только улучшить внутренние процессы, но и создать более привлекательный гостевой опыт.

Проведенный анализ показал, что автоматизация процессов учета и аналитики — необходимая мера для повышения точности и эффективности управления ресурсами. Введение автоматизированных систем учета заказов и аналитических инструментов дает возможность суши-бару «Саюри» более точно планировать свои запасы, минимизировать потери и улучшить качество сервиса. Эти системы помогают более эффективно контролировать продажи, анализировать спрос и формировать стратегию маркетинга, что приводит к снижению издержек и увеличению прибыли.

Для дальнейшего улучшения работы суши-бара «Саюри» рекомендуется расширить функциональные возможности мобильного приложения, добавив программы лояльности, индивидуальные рекомендации и возможность оценки качества обслуживания. Внедрение интерактивных панелей в зале позволит гостям оперативно получать информацию о текущих акциях и специальных предложениях, что повысит их заинтересованность. Система самообслуживания через киоски поможет оптимизировать работу с заказами в часы пик и улучшит скорость обслуживания, что также окажет положительное влияние на гостевой опыт.