

ІННОВАЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ВІД ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ ДО ВЗАЄМОДІЇ З ГОСТЯМИ

Мендела Ірина Ярославівна,
доцентка кафедри готельно-ресторанної та курортної справи

Ресторанний бізнес – це галузь з високою конкуренцією, де важливо мати конкурентні переваги. Використання штучного інтелекту може допомогти ресторанам покращити свої процеси та надавати більш якісні послуги своїм гостям. Деякі приклади використання штучного інтелекту в ресторанному бізнесі: оптимізація процесів, взаємодія з гостями, рекламна діяльність.

Однією з можливостей використання штучного інтелекту в ресторанному бізнесі є оптимізація процесів. Наприклад, роботизація процесу замовлення та обробки замовлень може зменшити час очікування гостей та скоротити час обслуговування, що позитивно позначиться на загальному досвіді відвідування ресторану.

З ростом розвитку технологій та штучного інтелекту, все більше ресторанів починають використовувати роботизацію процесів для поліпшення ефективності та якості обслуговування гостей. Це використання роботів-офіціантів для обслуговування гостей, система автоматизованих замовлень та оплати чи система автоматизованого готування їжі. Це використання автоматизованих кавомашин для готування кави та інших напоїв, системи замовлень та оплати через додаток на смартфоні.

Інший спосіб використання штучного інтелекту в ресторанному бізнесі – це взаємодія з гостями. Застосування штучного інтелекту допоможе збирати та аналізувати дані про вподобання гостей, що дозволить ресторану персоналізувати послуги та підходи до кожного окремого гостя. Аналізуючи дані про зовнішність, настрій, вік покупця, його минулі покупки і вподобання, система може передбачити його побажання [2].

Основні методи збору та аналізу даних про вподобання гостей включають в себе:

- Аналіз інформації про замовлення: ресторан може збирати дані про те, що замовляє кожен гість, скільки разів він відвідує заклад, які страви він зазвичай замовляє, час, коли він відвідує ресторан тощо.
- Використання додатків та онлайн-сервісів: ресторан може створити свій додаток, за допомогою якого гості можуть здійснювати замовлення та робити резервації. Додаток може збирати дані про вподобання гостей, такі як улюблені страви, винні карти, вишуканість, музичні уподобання тощо.
- Використання розпізнавання обличчя: за допомогою камер в ресторані можна визначати, хто саме замовляє страви та які саме страви замовляються, а також деякі особисті характеристики гостя, наприклад, вік, стать, тип особистості тощо.

- Використання соціальних мереж: ресторан може використовувати соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter, для відстеження відгуків гостей про ресторан, збору статистики про вподобання та враження гостей від відвідування ресторану.

- Використання кіосків: ресторани в даний час впроваджують кіоски на базі штучного інтелекту. Беручи до уваги психологію клієнтів і моделі покупок, вони роблять пропозиції дозамовити для підтримки імпульсивних покупок.

Варто ще згадати Звану вечерю від Клопотенка у форматі наукової конференції в Київському національному університеті ім.Т.Шевченка, яка була проведена 29 березня 2023 року. Захід був проведений за допомогою Chat GPT і Midjourney, а сайт foodpairing.com допоміг поєднати інгредієнти на основі їх молекулярного складу [1].

Крім того, застосування штучного інтелекту може бути корисним для покращення ефективності реклами та маркетингу ресторану. Застосування аналітики даних та прогнозування можливих змін допоможе визначити оптимальні стратегії реклами та просування.

Ось декілька способів, які можуть допомогти збільшити ефективність реклами та маркетингу ресторану за допомогою штучного інтелекту:

- Моніторинг конкурентів: штучний інтелект може аналізувати діяльність конкурентів та рекомендувати ресторану нові ідеї для маркетингових акцій. Наприклад, система може виявляти, які акції пропонують конкуренти та рекомендувати ресторану пропонувати подібні акції.

- Аналіз відгуків: штучний інтелект може аналізувати відгуки гостей про ресторан, виявляти їхні проблеми та пропонувати рішення для їх вирішення. Наприклад, система може виявляти, які проблеми найчастіше згадуються відгуках та висувати пропозиції для їх усунення.

- Штучний інтелект може бути використаний для розробки рекламних кампаній ресторанів. Штучний інтелект також може допомогти ресторану визначити ефективність рекламних кампаній, аналізуючи дані про реакції гостей на рекламу та рівень конверсії. Штучний інтелект може допомогти ресторану розробити більш ефективну та персоналізовану рекламну стратегію, що може привести до збільшення кількості клієнтів та доходів.

Інноваційні можливості використання штучного інтелекту в ресторанному бізнесі безмежні, тому є необхідність у більш детальному дослідженні та розробці нових методів та технологій в цій галузі. Якщо ресторани будуть успішно використовувати штучний інтелект, вони зможуть підняти якість своїх послуг на новий рівень та збільшити задоволення гостей.

Список використаних джерел

1. Майже лобстер від Chat GPT і коктейль з Midjourney. URL: <http://surl.li/gjmnpr> (дата звернення: 25.03.2023).

2. Штучний інтелект в ресторанному бізнесі. URL: <http://surl.li/fkbpj> (дата звернення: 25.03.2023).