



Universitetet
i Stavanger

NORSK HOTELLHØGSKOLE BACHELOROPPGAVE

STUDIUM:

Hotelledelse

OPPGAVEN ER SKREVET INNEN FØLGENDE
FAGOMRÅDE:

Digitalisering i serveringsbransjen

TITTEL:

Hvordan påvirker digitalisering serveringsbransjen?

ENGELSK TITTEL:

How does digitalization affect the restaurant and bar industry ?

FORFATTER:

Kandidatnummer:

6116

Studentnummer:

250025

Navn:

Lena Byberg

VEILEDER:

Torvald Øgaard

En analyse om digitaliseringens påvirkning i serveringsbransjen.

Av: Lena Byberg



Universitetet
i Stavanger

Bacheloroppgave i hotellledelse ved Norsk Hotellhøyskole

20 Studiepoeng

Juni 2021

Sammendrag

Serveringsbransjen er en stor del av den globale økonomien, men kanskje i større grad har serveringsbransjen stor effekt på vårt sosiale liv. Bransjen er kjent for lite profitt og høye kostnader, det er nemlig helt andre grunner for at noen velger å starte eller jobbe for ett serveringssted og det er mennesket og dens lidenskap for faget. Serveringsbransjen har operert med manuelle løsninger i hundrevis av år, dagens teknologi er i ferd med å endre dette. Fremtidens restauranter blir påvirket av ny teknologi om vi liker det eller ei. Det finnes utallige potensielle problemstillinger når det gjelder digitaliseringens påvirkning.

Serveringsbransjen har tidligere vært tilbaketrukkne når det gjelder å ta i bruk ny digital teknologi som påvirker og endrer rutiner og arbeidsoppgaver, men året 2020 tok dette en rask vending. I likehet med resten av verden ble også Norge rammet av pandemien Covid-19. Pandemien har gått sterkt utover serveringbransjen da det er viktig å unngå smitte. I en bransje der alt handler om å være sosial og ha menneskelig kontakt har pandemien ført til at serveringsbransjen har vært nødt for å finne løsninger som kan hjelpe de gjennom krisen. Det er teknologi som viste seg å være løsningen.

Denne oppgaven går i dybden for å utforske problemstillingen « *Hvordan påvirker digitalisering serveringsbransjen?* ». Resultatet i studien viser at digitalisering påvirker serveringbransjen med digitale verktøy og teknologi som bli anvendt i den daglige driften. Digitalisering har påvirket både positivt og negativt. Vi kan se at effektivitet og produktivitet gir økt omsetning mens kompetansenivå på servitører og bartendere står i fare.

Abstract

The restaurant and bar industry is a big part of our global economy, but it has even bigger impact on our social life. The industry is known for low profit and high costs, so there is obviously other reasons why people choose to work in this industry and that's the human interactions and their passion for the industry. The restaurant and bar industry has been operating with manual solutions for hundreds of years, to days new technology is about to change that. The future restaurants and bars will be affected by new technology even if we like it or not. We have countless issues when it comes to the impact of digitalization. The industry has held back when it comes to adopt new technology that affects changing the routines and work tasks, but in 2020 this took a drastic turn. Similar to the rest of the world, Norway also got hit by the global pandemic Covid-19. The pandemic has affected the restaurants and bars. We have to reduce human contact to avoid infections. In an Industry where almost everything is about human contact and socialization the pandemic has forced the industry to think new and find new solutions that can help them through the crisis. Technology seems to be the answer.

In this study we will dig deeper in to the chosen issue “ How does digitalization affect the restaurant and bar industry?” . The results in the study shows that digitalization in the restaurant and bar industry is affected by digital tools and technology wich is used in the daily operations. Digitalization has positive and negative impact on the industry. We can see that technology increases the efficiency and the productivity and give the company increased income, but competence of the waitors and bartenders are in danger.

Forord

Denne studien er gjennomført som en avsluttende oppgave i bachelorstudiet Hotelledelse ved Universitetet i Stavanger- Norsk Hotellhøyskole Våren 2021. Oppgaven har en ramme på 20 studiepoeng.

Prosessen med å skrive denne bacheloroppgaven har både vært utfordrende på samme tid som det har vært utrolig spennende. Jeg har skrevet en oppgave om ett tema jeg ikke kunne så mye om fra før, men har hatt stor interesse av. På veien har jeg lært mye nytt i tillegg til at det har gitt meg nytt syn på mitt karrierevalg i fremtiden.

Jeg ønsker å takke min veileder Torvalg Øgård for gode råd og tips underveis i oppgaveskrivingen.

Jeg ønsker også å takke informantene som hadde mulighet til å stille opp ansikt til ansikt mindt i en pandemi.

Til slutt ønsker jeg å takke venner og familie som har støttet meg på veien.

God lesing!

Innholdsfortegnelse

1.0 INNLEDNING.....	1
1.1 PROBLEMSTILLING.....	2
1.2 PROBLEMSTILLING.....	2
1.3 SERVERINGSBRANSJEN	3
1.4 STUDIENS STRUKTUR.....	4
2.0 TEORETISK BAKGRUNN.....	5
2.1 SØKESTRATEGI.....	5
2.2 DIGITALISEING.....	5
2.3 DEFINISJON DIGITALISERING	6
2.4 DIGITAL ENDRING OG PÅVIRKNING	7
2.5 DIGITALE TRENDER.....	8
2.5 DIGITAL TRANSFORMASJON	15
3.0 FORSKNINGSMETODE	16
3.1 KVALITATIV METODE	16
3.2 DATAINNSAMLING	16
3.2.1 INTERVJU	17
3.2.2 ANONYMISERING.....	17
3.3.3 INTERVJUGUIDE	17
3.2.4 ANALYSE	18
3.4 VALIDET	18
3.4.1 RELABILITET	19
3.4.2 ETISKE ASPEKTER	19

4.0 FUNN	20
4.1 DIGITALISERING I SERVERINGBRANSJEN	20
4.2 DIGITALISERING I BEDRIFTENE.....	26
4.3 DIGITAL ENDRING	32
5.0 DISKUSJON.....	37
5.1 DIGITALISERING I SERVERINGSBRANSJEN.....	37
5.2 DIGITALISERING I BEDRIFTENE.....	38
5.3 DIGITAL ENDRING	39
5.4 OPPSUMMERING AV DISKUSJON.....	41
6.0 AVSLUTTNING.....	42
6.1 KONKLUSJON.....	42
6.2 TEORETISKE IMPLIKASJONER	43
6.3 PRAKTISKE IMPLIKASJONER.....	43
6.4 STUDIENS BEGRENSNINGER	43
6.5 VIDERE FORSKNING	44
7.0 REFERANSER	45
8.0 FIGURLISTE.....	48
9.0 VEDLEGG.....	49

1.0 Innledning

De store samfunnsendringene vi opplever nå, og kommer til å se mer av i framtiden er på mange måter digitaliseringsprosesser. Enten det er snakk om klimaspørsmål, migrasjon eller global helse (som for eksempel pandemier) er digital teknologi og digitaliseringsprosesser både formende for hva som regnes som problemer, og hva som foreslås som løsninger. (Ask & Søraa, 2021) Serveringsbransjen var lenge en bransje preget av manuelle løsninger.

Servitøren tok bestilling, slo det inn på kassaapparatet og leverte bongen til kjøkkenet for å få produsert maten, og om gjestene skulle splitte regningen kunne dette være en omfattende affære. (Næringslivnorge.no, 2019)

Serveringsbransjen er kanskje ikke best kjent for å være mest fremtidsrettet når det kommer til å benytte ny teknologi. Situasjonen som vi befinner oss i dag på lik linje som i fjor, nemlig pandemien Covid-19 har imidlertid tvunget serveringssteder til å ta i bruk ny teknologi, raskt. Tidligere teknologier som har eksistert i lang tid men skjeldent brukt av serveringsbransjen eller ny teknologi som er kommet på banen har vært viktig for at serveringsstedene i det hele tatt kunne holde åpent i forhold til smittevern i tillegg til strenge restriksjoner.

Serveringsbransjen er en bransje som i bunn og grunn handler om å skape opplevelser for andre i form av menneskelig kontakt. Er digitaliseringen i ferd med å påvirke serveringsbransjen til en retning der mennesket ikke spiller en like stor rolle?

1.1 Problemstilling

Jeg har tidligere jobbet i serveringbransjen, i løpet av ti år hadde jeg stillinger som medarbeider, mellomleder og toppleder i serveringsbransjen i Norge. Det er to år siden jeg har jobbet i bransjen og har mange ganger vurdert å vende tilbake, helt til pandemien kom. Pandemien Covid-19 har forandret serveringbransjen på utallige måter, noen av de nye løsningene er midlertidige og noen har nok kommet for å bli. Digitalisering og digital teknologi har eksplodert i serveringbransjen og har tatt over mye av arbeidet til en servitør og bartender. I en pandemi er det glimrende med digitale verktøy som kan bidra til mindre kontakt og smitte. Ulik digital teknologi er ofte tjenester som både effektiviserer og automatiserer tidligere rutiner og arbeidsoppgaver i tillegg til at lønnskostnader ofte synker betrakkelig.

1.2 Problemstilling

Formålet med studien er å bidra med teori om hvordan digitalisering og teknologi påvirker serveringsbransjen, både positivt og negativt. Jeg har valgt å utføre studien med et sosioteknisk perspektiv der jeg retter oppmerksomheten mot det som skjer underveis i digitaliseringen, hva som har blitt endret og hva som forblir det samme.

Problemstilling for denne oppgaven er som følge:

« Hvordan påvirker digitalisering serveringsbransjen? »

1.3 Serveringsbransjen

Serveringsbransjen omfatter restaurant, bar, pub og uteliv. Serveringsbedrifter bidrar til at mat -og drikkeopplevelsen blir en viktig del av både kultur, reiseliv og lokal samfunnet.

De siste årene har det vært en kraftig fremvekst av nye, gode serveringssteder i Norge.

Mangfoldet innenfor servering er derfor større enn på lenge. Mange norske restaurantrere og kroverter har latt seg inspirere av utenlandske trender og utviklet nye konsepter.

Historiefortelling blir stadig viktigere i forbindelse med servering, og mange aktører er flinke til å knytte ulike historier til lokalproduserte råvarer, gjerne formidlet av kokken eller servitøren selv.

De mangfoldige konseptene og menyene ved norske spisesteder speiler i høy grad det norske samfunnet for øvrig. NHO reiseliv er stolt av at knapt noen annen bransje i Norge er like flinke til å tilby arbeidsplasser til mennesker med flerkulturell bakgrunn. Norske ungdommers første møte med arbeidslivet er ofte på ett serveringssted og det er tydelig hvilken viktig oppgave norske restaurantører og andre som driver serveringsvirksomhet har å gi til både unge og flerkulturelle trygge rammer for arbeid og utvikling. (NHO reiseliv, u.å)

Serveringsbransjen er den bransjen som syr sammen de ulike beveggrunnene som gir byliv. Det er dette elementet som er limet mellom kulturaktiviteter, møtevirksomhet, handel og annen aktivitet. (Fredriksen, 2017)

1.4 Studiens struktur

Oppgaven bygger på gjennomgang av relevant litteratur, tidligere forskninger og resultat i fra funn og datainnsamling. Oppgaven avsluttes med en diskusjon og en konklusjon.

Bacheloroppgaven inneholder følgende kapitler:

Kapittel 1: *Innledning*: i første kapittel blir det forklart hva oppgaven handler om og hvorfor dette er ett viktig tema.

Kapittel 2: *Teoretisk Bakgrunn*: Gjennomgang av relevant teori knyttet til problemstillingen. Med teori innenfor digitalisering, digital endring og påvirkning og digitale trender er det enklere for leser og forstå sammenhengen i hele oppgaven og funn.

Kapittel 3: *Forskningsmetode*: Her blir det presentert hvilken forskningsmetode jeg har valgt å gå for i tillegg til utvalgsstrategi, intervju effekter, validitet og reliabilitet og til slutt etiske aspekter i rapporten.

Kapittel 4: *Funn*: I dette kapitlet vil det bli lagt fram de empiriske funnene i studien. Det vil bli presentert tre teamer som handler om digitalisering.

Kapittel 5: *Diskusjon*: i dette kapitlet presenteres resultater. Resultater fra funn bli sammenlignet med relevant teori.

Kapittel 6: *Konklusjon*: i dette avsluttende kapitlet blir det presentert en konklusjon og forslag til teoretiske og praktiske implikasjoner i tillegg til forslag til videre forskning.

2.0 Teoretisk bakgrunn

I dette kapitlet vil det bli presentert relevant teori og litteratur knyttet til problemstillingen.

2.1 Søkestrategi

Litteratursøket tar utgangspunkt i tidsperioden 2018-2021. Jeg har forsøkt å bruke så ny litteratur som mulig da teknologi og digitalisering endres undnerveis. Jeg har brukt internett for å finne litteratur og bøker jeg ser som relevante for oppgaven og har brukt søkeord som « Digitalisering», «Digitalization», «Digital påvirkning», « Digitale trender 2021», «Hospitality trends», «Mennekset VS teknologi». Jeg fant flere bøker på bibiloteket som handler om digitalisering, men utfordringen var å finne ny forskning og de nyeste bøkene.

2.2 Digitaliseing

Digitalisering handler om å finne gode digitale løsninger. Du må legge til rette for en overgang fra analoge løsninger og erstatte disse med gode digitale tjenester. Du må bruke digital teknologi der du kan automatisere informasjonsflyten i alle ledd, ikke bare mellom deg og dine ansatte men også kunder og leverandører over hele verden. (Storehaug, 2020) Ett av hovedpoengene med å digitalisering er at en bedrift mest sannsynlig vil øke produktivitet og effektivitet, for mange bransjer er dette nøkkelen til en lønnsom drift av virksomheten.

Norge er utpekt som et av verdens mest digitale land. Rangeringen av IMD (2019) vurderer hvordan virksomheter, det offentlige og husholdninger forholder seg til digitalisering, Norge scorer høyt på de fleste. I år 2000 var det kun 52% av nordmenn som var tilkoblet internett. I 2016 hadde antallet steget til 97% (medianorge.u.å) Dette er blant de høyeste nivåene

ettersom kun 47% av verdens befolkning har tilgang til internett. Selv stormakter som USA har bare 74% av befolkningen tilgang til internett, mens Europa ligger på 79%. Den høye graden av digitalisering i Norge skyldes både politiske avgjørelser og enkeltpersoners valg knyttet til bruk av digitale verktøy. Dette koblet med stor kjøpekraft gjør nordmenn til en svært ressurssterk befolkning digitalt sett. (Ask & Søraas, 2021).

Nesten hele Norge har tilgang til internett og nesten alle eier en smarttelefon. Smarttelefonen ble introdusert i 2007. Smarttelefonen har samlet viktige teknologier fra forrige århundre i noe du kan putte i lomma: internett, GPS, mobiltelefon, TV, kamera og mye mer. Noen sier at det vil bli den viktigste oppfinnelsen i menneskets historie. (Hareide, 2020) Det finnes tusenvis av situasjoner og relasjoner i våre liv som er formet av digital teknologi.

Digitalisering påvirker oss på mange måter og påvirker så og si alle. Nettopp fordi digitalisering representerer så mange ulike teknologier, tjenester, aktører og prosesser og det kan være vanskelig og forstå hvilke endringer digitalisering faktisk innebærer. (Søraa & Ask, 2021) I årene fremover vil det utvilsomt bli skrevet mange koronafortellinger som tar utgangspunkt i den nye risikoen ved kroppskontakt og den kroppløse, luktfrie og trygge verdenen på skjermen (Eriksen, 2021)

2.3 Definisjon Digitalisering

Digitalisering beskriver sosiale og teknologiske endringer knyttet til utvikling, innføring og/eller bruk av digital teknologi. Digitalisering innebærer både teknologisk endring i form av digitalisering (der verden oversettes til et maskinlesbart format) og sosial endring der samfunn, grupper og individer omorganiseres rundt og med ny teknologi. (Ask & Søraa, 2021)

Begrepet digitalisering brukes om konvertering av analoge data til digitale, men også om

innføring av digital teknologi som effektiviserer prosesser og endrer hverdagslivet. Den første betydningen kan også kalles digitisering. Betydningene henger imidlertid sammen og brukes til tider om hverandre. Digitaliseringsprosessen som skjer i en smarttelefon som tar ett bilde og legger det ut på et sosialt medium, påvirker vårt daglige liv og vår bruk av telefonen og sosiale medier. (Wikipedia, u.å)

2.4 Digital endring og påvirkning

Stortingsmeldingen Digital Agenda for Norge kan vi lese at vi nå står ovenfor endringer i de fleste sektorer. Det er en økende automatisering – ikke bare i industrien, men også innen kundebehandling. Når innholdet i arbeidet endres, endres også kompetansebehovet tilsvarende, rutinepregede og automatiserte jobber forsvinner og erstattes av mer spesialiserte og kunnskapsintensive i de fleste næringer. (Søraa & Ask, 2021). Vi aner ikke hvordan arbeidsmarkedet vil se ut i 2050. Det er generell enighet om at maskinlæring og robotteknikk vil endre nesten alle former for arbeidsområder. (Harari, 2018, s. 37). Noen mener at automatiseringen og ny teknologi vil skape flere arbeidsplasser, mens andre ser på denne utviklingen som skremmende for fremtiden vår. Frykten for at automatisering vil skape massearbeidsledighet er ikke bare nå eller i framtiden. Det startet så tidlig som på 1800 tallet. Siden starten på den industrielle revolusjon har det blitt skapt minst en ny jobb for hver som gikk tapt til en maskin, og den gjennomsnittlige levealderen har økt drastisk. (Harari, 2018). Men menneskets fordel har alltid vært at vi har følelser og evne til å kommunisere, det har ikke maskiner. For å arbeide på ett serveringssted kreves det kognitive evner som menneskelige emosjoner og evnen til å kommunisere med gjester og kollegaer.

En skulle tro at å gå ut å spise på en restaurant eller ta en cocktail i en bar handler om å være sosial og til stede, teknologi endrer måten vi oppfører oss sosialt uten at vi er klar over det. Vi

ser ut til å bli ett online samfunn. Facebook grunder Mark Zuckerberg sa i sitt manifest i februar 2017 at online-samfunn også bidrar til å drive frem offline-samfunn. Dette kan være sant i noen sammenhenger, men online vil ofte gå på bekostning av offline, og det er en grunnleggende forskjell mellom dem. Fysiske fellesskap har en dybde som virtuelle fellesskap ikke kan leve opp til. (Harari, 2018). Det å spise brukte gjerne å være en sosial ting der enn var oppmerksom og til stede. Dagens teknologi gjør det ikke enklere å være til stede da vi bruker mye tid online, også på restaurantbesøkene.

2.5 Digitale trender

QR Kode:

Endring kan ofte være påvirket av trender, men også av nødvendigheter. Det siste året har flere restauranter valgt å ha digitale menyer, en av de mest kjente digitale menyene vi kjenner til nå til dags er menyer og bestilling på QR kode. Teknologien i restaurantbransjen har hatt en lynrask utvikling siden korinapandemien begynte å herje. (Tennøe A. C., 2021) QR koden er likevel ikke en ny teknologi, men nå er den tilbake for fullt i serveringsbransjen. På grunn av pandemien har gjestene større fokus på nettbaserte løsninger, nettopp for å unngå smitterisiko. Selv om restauranter hadde apper og mobilbestilling tilgjengelig før pandemien, har flere bestemt seg for å ta i bruk disse løsningene nå. Dette er en trygg måte å bestille mat og drikke på. (Tennøe A. C., 2020)

« Å vente på menyen eller regningen er jo helt meningsløst» er hoved overskriften i artikkel finansavisen skrev om eieren av appen ordr.no. Edwin Fjelseth hadde en tanke om å lage en virtuell kø med hjelp av teknologi. I Juni 2019 gikk Edwin Fjelseth sammen med to store

serveringskjeder og presenterte en prototype av appen ordr.no. Appen ble testet på en byggedans der det var 450 sitteplasser på området der hele 400 stykker tok i bruk ordr.no appen den kvelden. Gjestene ville sitte og bli servert. Høsten 2019 hadde selskapet en enorm vekst fram til januar 2020, hvor det ble stille. Så kom februar som ei kule med vekst på 91 prosent fra måneden før, de hadde dialoger med investorer og var i en fin flyt, de skjønnte hva som kom. Pandemien Covid-19 skulle være ett mareritt for de fleste, men gjerne en drømmesituasjon for bedriften ordr.no. Det var som å skru av en bryter, alt stengte ned . Edwind og teamet hev seg rundt og la om strategien der målet var å stå klare med den beste løsningen når Bent Høie skulle si at Norge skulle få åpne opp igjen. (Oreld, 2020)

Appen fungerer slik: Du fører telefonens kamera over en QR kode som finnes ved alle bordene på serveringsstedet, Da dukker det opp et ikon som du trykker på. Det neste bildet som dukker opp er serveringsstedets menyer hvor en kan klikke på det du vil ha servert til bordet. Det er også laget undermenyer for å bestille ekstra tilbehør eller gjerne spør etter en servitør til bordet. Du avslutter bestillingen med å betale via Vipps eller debetkort. Resultatet er at det dukker opp den korrekte bestillingen rett til kjøkkenet eller baren og muligheten for å stikke fra regningen blir eliminert. Servitøren kan raskt komme med mat og drikke og erfaringer viser at det er enklere å optimalisere antall på jobb i tillegg til at omsetningen per gjest har økt med 30%. (Oreld, 2020)

Takeaway:

Takeaway, eller hentemat på Norsk er heller ikke ett ukjent fenomen. I likhet med flere tjenester så har også denne tjenesten hatt økt interesse i koronapandemien. En økonomisk presset restaurantbransje ser seg nødt til å være kreativ for å kunne ha en omsetning etter regjeringens tiltak i kampen om koronaviruset. Noen velger å stenge, mens andre har begrenset åpningstider og igjen andre tilbyr takeaway, selv om det er noe de normalt sett ikke har på. menyen. (dn.no, 2020) Takeaway-markedet i Norge estimeres til 3,5 milliarder kroner. I fjor vokste takeaway-markedet i Norge med 20-25 prosent og for tre år siden ble cirka 50 prosent av takeawaybestillingene foretatt online, mens resten var via telefon eller ved at kunden selv oppsøkte restauranten og hentet maten. I fjor lå online-andelen på 65 prosent, altså 2,28 milliarder kroner. Takeaway aktørene Foodora, Just Eat og Wolt sto for 40 prosent av online-andelen. (finansavisen.no, 2021) Takeawayaktører som Foodora tilbyr både rask og miljøvennlig levering der maten blir syklet fra restauranten til kunden og har gode avtaler med tusenvis av restauranter og gode digitale verktøy som gjør det enkelt for kunden å bestille online eller via app.

Online bord reservasjon

Å ringe inn å bestille bord på en restaurant er i 2021 uvanlig. Det var heller ikke mange år siden en gjerne måtte sitte 30 minutter for å komme gjennom til restauranten for å bestille bord, mens andre ganger kom en ikke gjennom i det hele tatt. Servitørene hadde da ansvar for å ta bordbestillingene via telefon samtidig som de drev på med andre arbeidsoppgaver som servering av gjester. En kunne også risikere at servitøren har hatt det såpass travelt at han eller hun har skrevet ned feil dag eller dato. Teknologien utvikler seg stadig og nye apper kommer til live. Online bordbestillinger startet først via web, der det var mulig å bestille bord

via internett. Nå har alt blitt mye enklere, og en får nå tilgang til ulike bookingsystemer på flere digitale enheter. En av systemene som blir brukt er online booking systemet « Resdiary». Resdiary er ett restaurant bookingsystem med kundeoppfølging. Det er laget for å effektivisere restaurantens bordreservasjoner og inneholder e-post og SMS markedsførings verktøy. Resdiary skriver selv på sine nettsider at de er det mest avanserte restaurant booking systemet på markedet, men hevner likevel at det er enkelt å bruke. Det er ingen behov for å laste ned programvare da systemet er web basert og fungerer på enheter som PC/Mac, smarttelefoner og nettbrett.

Gjestene får tilgang til å gjøre sine bordreservasjoner direkte fra restaurantens hjemmeside, Facebook, portaler eller via applikasjon på smarttelefoner. For gjesten er dette kostnadsfritt, effektivt og oversiktlig. Det er også mulig for restauranten å invitere gjestene tilbake.

Ettersom hver bestilling bygger restaurantens kundekatalog, er det enkelt å invitere gjestene tilbake. Dette kan gjøres med hjelp av verktøy å sende nyhetsbrev, tilbakemeldingsskjemaer eller automatiske eposter via Resdiary systemet. (Resdiary.no, u.å)

Varebeholdnings Applikasjoner

Varetelling på ett serveringssted skjer vanligvis hver 1 i måneden. Varetelling har tidligere vært en tidskrevende prosess, som kan ta opp til flere dager. Vanligvis i en restaurant så er varetellingen fordelt der kjøkkensjefen tar varetelling for mat og frukt, mens restaurantsjefen gjerne tar for vin, brus og øl og bartenderen tar for brennevin. Selv om det har kommet geniale verktøy som gjør varetellingen enklere så er det fortsatt mange som bruker den «gamle måten». Den «gamle måten» er å ta med deg ett A4 ark og en penn for å skrive ned hva man har igjen av varer. Dette kan være antall flasker, det kan være centiliter pr flakse, antall kilo osv. Når man tror man har fått telt alle varene, kan det plottes inn. Det er vanlig å ha ett ferdig Excel ark der alle varer er lagt inn med navn og pris. En plotter inn antall varer

som enn har skrevet ned på A4 arket, sender det av gårde til regnskapsfører/månedsoppgjør og håper at alt stemmer.

Det har heldigvis kommet flere ulike systemer i form av apper og egne enheter som gjør varetellingen til en lek. I istedenfor å bruke flere dager, kan det nå reduseres til få timer. ASKO har utviklet systemer som skal gjøre det enklere for sine kunder å ha kontroll på sitt varelager i alle ledd. Om restauranten handler varene sine fra ASKO så er det da mulig å bruke ASKO sine systemer. Om en bar bestiller vin, brennevin og mineralvann i fra ASKO kan alt dette legges i system. Alle flaskene har en strekkode på seg. Ved varetelling kan en laste ned ASKO sin varetelling app, der en skanner strekkodene på flaskene ved varetelling. Pris og antall er registrert i appen og alle varene blir lagt inn i ett og samme system. Når en har alt på samme sted er det også enklere for kunden (restaurantene) å se hva en må bestille mer av og ikke minst mer kontroll på hva en har i sitt varelager. Når en er ferdig i Varetellingsappen kan en gå direkte til ASKO sin netthandel for å bestille de varene som er tomme. (asko.no, u.å)

Ikke alle restauranter bruker ASKO som leverandør, og noen bruker gjerne flere leverandører. Det er vanlig for både restauranter å ha en hovedleverandør på grunn av rabatter og lignende, men også flere underleverandører. De ulike leverandørene tilbyr forskjellige produkter og råvarer. Om serveringsstedet bruker flere leverandører må en bruke andre type systemer en ASKO varetellings appen. Enten om det er « den gamle måten », egne interne systemer eller andre apper og enheter.

Applikasjon for å redusere matsvinn

Partnerskap med innovative bedrifter som Too Good to Go har også bidratt med å redusere svinn i restaurantene. I stedet for å kaste maten som ikke bli solgt før stengt er det mulig i Appen Too Go å lage pakkemenyer med ekstremt reduserte priser som kan plukkes opp rett før eller etter stengt. Dette er en vinn- vinn situasjon for alle. Restauranten kan tjene litt ekstra penger mens de tar vare på kloden i tillegg til at kundene får mulighet til å kjøpe helt gode råvarer for en kraftig redusert pris. (toogoodtoogo.no, u.å)

Sosiale medier

Sosiale medier er stengt tatt ikke en ny trend, men en trend som utvikler seg på nye måter hele tiden. I likhet med digitalisering så har sosiale medier flere definisjoner.

« Sosiale medier er nettsider og apper som tilrettelegger for å skape og dele innhold, og delta i sosiale nettverk. Facebook er det mest vanlige sosiale mediet, både i Norge og internasjonalt, men også Twitter, Instagram, Youtube og Snapchat er mye brukt. Sosiale medier har endret måten vi kommuniserer på, både i hverdagen og i jobbsammenheng. Sosiale medier brukes av privatpersoner til å kommunisere med andre brukere» (snl.no, u.å)

sosiale medier har utviklet seg voldsomt. Hva som er en trend, avhenger av hva som fungerer og hva som ikke fungerer. Trender i sosiale medier og måten selskaper kommuniserer med eksisterende og potensielle kunder endrer seg hele tiden. Digital markedsføring kan være vesentlig rimeligere og mange ganger mer effektiv en tradisjonell markedsføring. (Storehaug, 2018) Noen av di mest kjente sosiale mediene som blir brukt i serveringsbransjen er Facebook og Instagram, disse sosiale mediene er apper som folk flest bruker flere ganger til

dagen i sitt hverdagslige liv og egner seg derfor utmerket til å nå frem til kunder. Når teknologi har fått plass i hverdagslivet vårt, holder det ikke med forklaringer som gruppepress eller mote. Som Pinch og Bijker sa det: Teknologien må løse ett problem, den må dekke et behov hos folk. (Aalen, 2015) Vi tilpasser oss ny teknologi slik at den skal passe med våre liv, verdier og normer. Den forskningstradisjonen som studerer dette møtet mellom teknologi og hverdagslivet, kalles *domestiseringsteori*. Hovedpoenget innenfor denne forskningstradisjonen er at verken folk eller teknologi kan studeres hver for seg. Domestiseringsteorien deler prosesser med å få ny teknologi inn i livet i fire faser:

1. Anskaffelse. Brukeren har skaffet seg en ny teknologi
2. Objektgjøring. Brukeren gir den nye teknologien en synlig plass i hverdagslivet. Man begynner å endre bruksmønstre og normer for hva teknologien brukes til.
3. Inkorporering. Teknologien har blitt en del av brukerens hverdagsliv og rutiner.
4. Konvertering. Denne fasen fortsetter så lenge teknologiens verdier og en status som signaliseres til omverden.

Og det er slik sosiale medier får en plass i hverdagslivet vårt. (Aalen, Sosiale Medier, 2015)

2.5 Digital transformasjon

Digital transformasjon er en prosess hvor virksomheten bruker digitale teknologier for å bli mer effektive. Det handler ikke kun om å bruke teknologier for å gjenskape en eksisterende tjeneste i en digital form, det handler også om å bruke teknologi for å forvandle virksomheten på alle nivåer. Ansatte, prosesser, teknologi og styring må gjennom en digital transformasjon i møte med nye teknologier og nye krav fra fremtidens kunder. Digital transformasjon kan involvere mange forskjellige teknologier, de mest aktuelle er bruk av skytjenester, tingenes internett og kunstig intelligens.

Digital transformasjon handler om å identifisere og digitalisere alle dine interne prosesser som gir deg økt konkurransekraft i morgen. (Storehaug, 2020)

Digital transformasjon handler om din virksomhets organisasjonskultur, forretningsprosesser og disruptive nye teknologier. Du må strømlinjeforme dialog på sosiale plattformer og være 100 % mobil og anskaffe deg innsikt fra innsamlede data fra hele din verdikjeden.

(Storehaug, 2020)

3.0 Forskningsmetode

I dette kapitlet presenteres de metodiske framgangsmåtene som er benyttet for å belyse problestillingen. « *Hvordan påvirker digitalisering serveringsbransjen?* »

3.1 Kvalitativ metode

Kvalitative metoder er meget godt egnet til å studere digitaliseringsprosesser, fordi de gjør det mulig å undersøke fortolkninger og praksiser med rom for både nyanser og motsetninger, og slik kunne forstå både hvordan og hvorfor digitaliseringsprosesser fungerer. (Ask & Søraa, 2021) I kvalitativ forskningsopplegg samler vi inn informasjon som ikke lar seg tallfeste på samme måte som kvantitativ metode. I kvalitativ forskningsopplegg går forskeren mer i dybden på et smalt felt. Datamaterialet blir gjerne samlet inn ved hjelp av intervjuer, observasjon, eller består av dokumenter som analyseres. Det som er felles for disse fremgangsmåtene, er at forskeren forsøker å finne ut hvordan mennesker oppfatter verden rundt seg og hvilke grunner de oppgir for å handle slik de gjør. Det er livshistorier og erfaringer enn gjerne ønsker å få frem. Kvalitative forskningsopplegg er nyttige dersom en vil undersøke et tema som enn ikke har så mye forhåndskunnskap om. (Andersen, 2019)

3.2 Datainnsamling

I studien vil jeg benytte meg av datainnsamling i form av kvalitativ metode. Vanlige kvalitative metoder er intervjuer, observasjon, deltakende observasjon, tekstanalyse, samtale- og diskursanalyse. Jeg har valgt å bruke metoden intervju. Under et individuelt intervju kommer man svært tett innpå den som intervjues. (ndla.no, u.å)

3.2.1 Intervju

I studiet er det benyttet intervjumetoden. for å utføre et vellykket intervju er det viktig å være en aktiv lytter. Det kan ofte dukker opp temaer som du selv ikke har tenkt på, men som er interessante og relevant for forskningen. Noen av spørsmålene som blir stilt kan kanskje være vanskelige å forstå eller forklare for informanten, det er da spesielt viktig å konkretisere spørsmålene med å få fram faktiske situasjoner, slik at informanten enklere kan sette seg inn i spørsmålet.

3.2.2 Anonymisering

I kvalitativ og kvantitativ forskning er det vanlig å anonymisere informantene. Å sikre anonymitet er ikke alltid like enkelt. Det vil dessuten være noen situasjoner hvor kravet om anonymisering er ekstra viktig. Forskningen som potensielt avdekker forhold hvor enkeltpersoner, virksomheter eller profesjoner kan avdekkes som uansvarlige i sin utøvelse av et tiltak, kan innebære muligheten for sterje interessemotsetninger og mulig konflikt. Hvis forskeren omhandler personer i sårbare situasjoner, kan brudd på kravet om anonymitet få uheldige og kritiske konsekvenser. (naku.no, 2010)

3.3.3 Intervjuguide

I studien er det benyttet intervju som dataforskningsmetode. Grunnen for dette er at intervju gir informanten større frihet til å uttrykke seg enn et strukturert spørreskjema gjør. Intervjuguiden fungerer også som en veiviser for meg som forsker og er ett viktig verktøy for å kunne holde seg til temaet og problemstillingen. Intervjuguiden inneholder 3 teamer som omhandler digitalisering der det er flere spørsmål under hvert tema. Det finnes like spørsmål men på ulike teamer. Målet er å få til en god dialog med informant slik at jeg får gode tanker og ideer fra informanten.

3.2.4 Analyse

Å analysere betyr at en går gjennom den innsamlede informasjonen og diskuterer hvilke svar på problemstillingen datamaterialet kan gi. Dette er et tolkningsarbeid der forskeren forsøker å forstå hva empirien betyr for de spørsmålene som er stilt til informanten. (ndla.no, u.å)

Etter datamaterialet er samlet inn, er neste steg å få en oversikt over hva det sier oss. Siden det analytiske arbeidet er en styrt fortolkningsprosess, der du er det viktigste forskningsinstrumentet, er du avhengig av at du kjenner datamaterialet ditt godt. (Ask & Søraa, 2021)

3.3 Utvalg

Når respondenter skal velges ut til en kvalitativ undersøkelse stilles det ikke krav at disse er tilfeldig utvalgt. Dette er på fordi at målet med en slik undersøkelse er å finne relevant kunnskap som spiller på erfaringer og følelser hos respondenten. I kvalitative undersøkelser har forskeren ikke representative utvalg eller mange nok enheter til å foreta en statistisk generalisering. Her må en begrunne valg av tid, sted og personer. Det er problemstillingen som avgjør størrelsen på utvalget. I tillegg må en ta hensyn til hvor mange det er som kan hjelpe til med å hente inn informasjonen og hvor lang tid en har til rådighet. (ndla, u.å)

3.4 Validet

Validet handler om gyldighet og relevans av den innsamlede dataen, om den virkelig måler det den er ment til å måle (Larsen, 2007) Det er lettere å få valid data når en bruker kvalitativ metode contra kvantitativ metode. Informantene blir stilt spørsmål og har rom til å komme

med relevant informasjon underveis i intervuet. Alle informantene ble spurt om de ville legge noe til oppgaven i slutten av intervjuet, dette var det ingen som gjorde.

3.4.1 Relabilitet

Ved en kvalitativ forskningmetode kan relabilitet være en utfordring på flere måter.

Relabilitet handler om hvor pålitelig og nøyaktig den innsamlede dataen er (Larsen, 2007)

Relabiliteten i en forskning eller undersøkelse kan testes med at flere forskere gjennomfører samme undersøkelse og oppnår samme resultat. I en kvalitativ forskning fokuseres det på følelser og situasjon her og nå. For å teste troverdigheten kunne jeg bedt en utefortående person til å gjennomføre samme undersøkelse og hadde kanskje fått lignende resultater om det var i samme tidsperspektiv. Eventuelle feilkilder i analysen kan skyldes mine egne holdinger til temaet eller ledende spørsmål i intervjuene. I tillegg kan det være at min oppfatning av tema og teori er tolket på en annerledes en andre forskere.

3.4.2 Ethiske aspekter

Forskningsetikk handler om hvordan forskere skal eller bør opptre. Ett grunnleggende prinsipp er respekt for enkeltmennesket. Mennesket vi møter, skal være viktigere enn kunnskap, selv om kunnskapen kunne ha kommet til nytte. Det kan oppstå etiske konflikter både underveis i forskningsprosessen og i bruken av forskningsresultatene. Etter å ha formulert problemstillingen, må det tenkes gjennom om det finnes etiske problemer knyttet til forskningsopplegget. I forskningen vises det respekt for informantenes privatliv.

Informantene har derfor rett til å kontrollere hvilken informasjon om hans eller hennes privatliv som gjøres tilgjengelig for andre. Forskeren skal informere om prosjektet, og informantene skal gi et fritt og informert samtykke. (ndla.no, u.å)

4.0 Funn

I dette kapitlet presenterer jeg resultatet fra intervjuene med ledere i tre restauranter og tre barer, der jeg ønsket å få ett inntrykk av hvilke endringer og påvirkninger

4.1 Digitalisering i serveringbransjen

I studien har jeg intervjuet 6 serveringssteder, der tre av virksomhetene er restauranter og de siste tre er barer. Bedriftene har noenlunde samme oppfatning av digitalisering og hvordan dette påvirker bedriften og serveringsbransjen. Dette delkapitlet presenterer bedriftenes forhold til digitalisering, endring og påvirkning.

Informant	Kjønn	Tidspunkt	Stilling
R1	Kvinne	02.03.2021 (73 minutter)	Daglig Leder
R2	Kvinne	02.03.2021 (60 minutter)	Restaurantsjef
R3	Mann	01.05.2021 (40 minutter)	Restaurantsjef
B1	Mann	16.04.2021 (60 minutter)	Eier og barsjef
B2	Kvinne	16.04.202 (70 minutter)	Daglig leder og barsjef
B3	Mann	19.04.2021 (55 minutter)	Barsjef

Tabell 1 (Informasjon om informantene)

R1: Hva er dine tanker rundt den teknologiske utviklingen i serveringsbransjen?

R1 har nylig tredd inn i stillingen som Daglig leder i en stor og velkjent burgerrestaurant.

Burgerkonseptet har 5 restauranter fordelt rundt i storbyene i Norge. Informanten har 12 års erfaring innen for serveringsbransjen og har lagt merke til den teknologiske utviklingen i bransjen. Og får spørsmål om sine tanker rundt digitalisering i serveringsbransjen.

« Teknologiene vi bruker i serveringsbransjen i dag er helt klar effektive, men vi har mistet mye av lidenskapen med jobben vår, nemlig kundeservice og kontakt med gjestene våre»

Bestillingsprosessen har endret seg helt det siste året for mange restauranter.

Bestillingsprosessen gikk i fra å følge opp kunden under hele oppholdet, men nå har bestillingsappene tatt over mye av oppgavene til servitøren.

« alt vi trenger å si til en gjest under service er «hei» og «velkommen tilbake»

R2: Hvilke digitale verktøy ser du blir brukt i serveringsbransjen?

R2 er restaurantsjef på en restaurant der konseptet er småretter fra hele verden. Restauranten gikk i 2019 gjennom en stor renoveringsprosess og åpnet igjen i ny drakt midt i pandemien April 2020. Informanten får spørsmål om å fortelle om dagens teknologibruk i virksomheten.

« Vi bruker digitale verktøy i nesten alle ledd den dag i dag, mye mer en vi gjorde før renoveringen. Pandemien Covid-19 har virkelig satt fart på digitalisering, og for oss har teknologi reddet oss gjennom en vanskelig tid»

Restauranten har lenge vært aktive på sosiale medier som Facebook og Instagram, etter pandemien kom ble sosiale medier brukt dobbelt så mye mer en tidligere, da restaurantøren så på dette som eneste gode muligheten til å nå frem til gjestene sine. Restauranten bruker kassasystemer som også kan regnes som teknologi, kassesystemet er laget for å være brukervennlig og har minimalt med funksjoner og kan ikke regnes som en smart teknologi. Meny og bestilling via QR kode er den nyeste teknologien vi har tatt i bruk, gjeste vår får tilgang til både menyer og bestilling av mat og drikke via QR koder som er plaster på alle bordene i lokalet. I tillegg har vi en effektiv nettside der gjestene kan bestille takeaway som blir levert av tredjepartsaktør Foodora. Takeaway bestillinger har skutt i været det siste året, og merker at flere gjester velger å få maten levet hjem på døren isteden for å komme til restauranten. Restauranten valgte til og med å holde stengt på nasjonaldagen 17 mai, da de kun hadde mottatt ett par bestillinger i lokalet men hele 300 takeaway bestillinger der det ble levert en 17 mai pakke med ulike småretter.

R3: Hva er dine tanker rundt digitalisering i serveringsbransjen?

Informant R3 er Restaurantsjef på en italiensk restaurant i Stavanger og får spørsmålet om sine tanker rundt digitalisering i serveringsbransjen.

« Digitaliseringen hadde muligens skjedd før eller siden, men det ble helt klart fremskyndet på grunn av situasjonen vi befinner oss i, pandemien Covid-19»

Informanten R3 har jobbet i serveringsbransjen i 15 år, og har arbeidet i både restaurant, hotell og bar. Den italienske restauranten har under pandemien tatt i bruk mer teknologi enn tidligere, slik som QR koder. Det finnes QR koder på alle border både inne og ute og i cocktailbaren som er i samme lokalet. Dette har fungert svært effektivt og har gitt

restauranten muligheten til å holde åpent under pandemien. QR kode systemet er likevel ikke nytt for restauranten. Det har blitt brukt hver sommer under en matfestival i stavanger i flere år. Appen ordr.no var likevel ikke like bra tidligere som den er den dag i dag. Det har kommet flere funksjoner som gjør det lettere for både gjestene og servitørene. Ordr.no har hatt en åpen dialog med bransjen og bransjen har fått kommet med tilbakemeldinger om ønsker og funksjoner som appen skal inneholde. Digitalisering og teknologi er noe den italienske restauranten har vært tilbaknetrukke med, da restauranten har daglige menyer med ferske råvarer er det viktig å kommunisere direkte med gjestene. Restauranten selger ofte «sharing menyer» der det er flere retter som blir servert fordelt på 6-8 runder som gjestene deler. Det er mange retter og mange serveringer når det kommer til mat, men dette gjør også at drikke forespørselen øker og spesielt når det kommer til gode viner. Restauranten har unike råvarer og helt spesiell viner, det krever en spesiell kunnskap og erfaring fra servitørene. Under pandemien har restauranten kuttet ned på menyen, det er nesten bare pizza og dessert som står igjen.

B1: Hva er dine tanker rundt den teknologiske utviklingen i serveringsbransjen?

B1 er eier og daglig leder i tre nisjebarer i Stavanger, der alle tre barene har høyt fokus på kvalitet og opplevelse. To av barene har vunnet flere priser både i Norge og Skandinavia der cocktail og kvalitet har vært i fokus. B1 får spørsmål om sine tanker rundt den teknologiske utviklingen i serveringbransjen. B1 har lenge vært driver i serveringsbransjen og har en brennende lidenskap innen for faget.

Barene som informanten driver har tatt i bruk minst mulig teknologi både før og under pandemien.

« Jeg tror bransjen har sett ukristisk på dette, men når de våkner opp en blåmandag og

innser at de har solgt sjela si til satan får de seg nok en realitetssjekk»

B1 Mener at de fleste innenfor serveringsbransjen i byen har glemt hvor viktige jobben til en bartender eller servitør er. Å være bartender eller servitør handler i stor grad om å skape opplevelser i tillegg til å åpne opp for nye smaker og produkter for gjestene. Daglig leder mener at det kommer mer konsekvenser enn det vi aner takket være teknologi. Selv om det er fristende å effektivisere og ha minst mulig folk i arbeid så handler ikke bransjen kun om penger, det handler om mennesker.

B2: Hvilke muligheter kan digital teknologi gi i serveringsbransjen?

Informanten er en ung og engasjert kvinne som driver en av byens beste cocktailbar. Hun har jobbet i bransjen i to år og har en brennende lidenskap for faget.

Digitalisering og teknologi kan gi store muligheter på både kortsikt og lang sikt. B2 ble spurt om hvilke muligheter de ser med teknologi i serveringsbransjen. Pandemien Covid-19 ser enda ikke ut til å ende. Restaurantene risikerer å måtte oppleve flere nedstenginger, og flere serveringssteder har det siste året vært nødt til å legge ned.

B2 forteller at teknologi løsninger som QR kode bestillingsappen Ordr har vært bra for både barer og restauranter. På grunn av full sjenkestopp har likevel barer vært nødt til å holde helt stengt i lengre perioder så da har ikke QR kode helt selv klart å redde de. Under en lengre periode var det ett krav fra myndighetene som sa at det kun var lov å servere alkohol til mat, dette gjorde det vanskelig for barer som B» driver. Heldigvis har de fått muligheten til å inngå avtaler med flere restauranter i nærheten til å produsere maten mens Foodora har levert maten direkte til kunden på baren. Bestilling har blitt gjort via egne QR koder. Dette er både en kortsiktig løsning men Daglig Leder har ønsket om å fortsette med dette tilbudet på lang

sikt.

B3: Hvilke utfordringer kan digital teknologi gi serveringsbransjen?

Informanten B3 er barsjef på en av byens cocktailbarer, baren er eksklusiv og har fokus på italienske viner og cocktails. Barsjefen har jobbet i bransjen i 12 år som både servitør, bareier og nå barsjef.

Selv om det finnes flere muligheter med teknologi kan det også være en del utfordringer.

Utfordringer som de ansatte i serveringsstedet ikke har tenkt på før eller erfart tidligere.

« Vi har i det siste fokusert så mye på smittevernsregler, og helt glemt ut sjenkereglene»

Fokus på å unngå smitte og kontakt med andre mennesker har smittevernsregler vert ett stort fokus i cocktailbaren. Bestilling via QR kode har gjort det enklere for oss å overholde smittevernsregler i flere ledd. På en travel Lørdags kveld er det vanligvis to bartendere og en ryddehjelp på jobb, i tillegg har de også dørvakt. Mange av gjestene tror at servitør eller ryddehjelp er rundt på bordene for å drive mersalg eller å rydde, men fakta er at de i tillegg observerer gjestene og gjestenes tilstand utover kvelden. Dette er for å unngå at gjestene blir overstasig beruset. Tidligere hadde baren mye bestillinger i baren og minimalt med bordservering, det var da enklere å følge med på tilstanden til gjestene utover kvelden i tillegg til observasjon ved bordene. Det var også enklere å få rede på hvem som eventuelt ikke var gamle nok til å drikke i baren. Med dagens løsning der QR koder er tilgjengelig på alle boder, og helst påbudt sliter cocktailbaren med å holde kontroll på sjenkereglene.

«En app kan ikke kontrollere tilstanden til gjestene våre, dette må kontrolleres av ett edru menneske»

4.2 Digitalisering i bedriftene

Under intervjuet fortalte lederene i serveringsstedene om sine tanker og meninger rundt digitalisering i bransjen. Det blir satt mye fokus på digitalisering og teknologi som har blitt tvunget frem til tross for pandemien Covid-19. I dette delkapittelet presenteres tanker rundt digitalisering i deres virksomhet.

R1: Hvilke teknologi/teknologier har deres virksomhet tatt i bruk?

Burgerkonseptet Informant jobber for har ett hovedkontor som befinner seg i Oslo, og det er de ansatte på hovedkontoret som tar seg av det meste av digitaliseringsstrategien.

Hovedkontoret har ansvar for det meste som skjer via sosiale medier og bedriftens egen nettside. I motsetning til flere andre så bruker burgerrestaurantene sin egen nettside mer enn sosiale medier som Facebook og Instagram. Restaurantene bruker også tredjepartsaktører som Foodora og Volt for å levere Takeaway bestillinger. I likehet med flere restauranter så har antallet takeaway bestillinger økt kraftig det siste året og har reddet restauranten når det har vært nedstenginger i byen.

Restauranten har også tatt i bruk QR koder der gjestene ser menyen, bestiller og betaler gjennom appen ordr.no, det har vært ett viktig verktøy for restauranten under en krevende tid. I Mai 2021 åpnet byen opp igjen etter den tredje nedstengingen og restauranten er positive til at det mulig var den siste nedstengingen. Restauranten har fortsatt QR koder på alle bordene men oppfordrer gjester til å bestille av servitørene. De opplever at gjestene setter stor pris på å endelig få bestilt mat og drikke fra en servitør.

Informanten er glad i teknologi som gjør jobben til servitørene enklere. Men gjerne verktøy

som gjør det enklere å få mer kontakt med gjestene, og ikke mindre. Ett digitalt verktøy som daglig leder setter stor pris på er ett eget varetellingsprogram.

« I mine 12 år i bransjen gruet jeg meg alltid til hver 1 i måneden. Da er det nemlig varetelling, dette er svært tidskrevende »

Varetelling tidligere besto av å skrive ned antall og mål på alle varene. Dette ble skrevet ned for hånd på ett A4 ark og deretter plottet inn i ett Excel system. Varetelling kunne ta opp til flere dager. Systemet burgerrestauranten bruker i dag skanner alle varene og setter det opp i ett oversiktelig system som er tilgjengelig på flere enheter. Systemet er så oversiktelig at man enklere kan se hva som begynner å gå tomt, og hva en må bestille mer av. Dette systemet gjør at ledere som informantene sparer enormt med tid når det kommer til både varetelling og varebestilling og bidrar i tillegg til mindre svinn og feilbestillinger.

R2: Hva er dine tanker rundt digitalisering i deres virksomhet?

Restaurantsjefen ved den nyoppussende restauranten får også delt sine tanker rundt digitalisering i virksomheten.

« Jeg kan se allerede nå at det kan være vanskelig å komme tilbake til slik det var »

Serveringsbransjen har generelt hatt lite krav til utdanning for å få jobb i bransjen, alt har handlet om personlige egenskaper. For å lykkes som servitør eller bartender kreves det vanligvis at den ansatte er svært utadvent, «serviceminded» og er flink å snakke for seg. Tidligere var det servitørene som skapte atmosfæren og opplevelsene, en god servitør var gjerne nøkkelen for en vellykket kveld på restauranten. Med ny teknologi som bestillingapper

og stor pågang på takeaway ser restaurantsjefen det som lite sannsynlighet at servitørene noengang vil bli like viktige som de tidligere var. Flere ansatte i ulike yrker har i pandemien blitt kalt for hverdagshelter og har fått stor oppmerksomhet. Servitørene har gjerne tatt minst like stor risiko som en dagligvare medarbeider, forskjellen er at servitørene er blitt byttet ut med teknologi. Så det er teknologien som blir hyllet, ikke mennesket påpeker restaurantsjefen.

På den andre siden er det store gevinster med digital teknologi mener restaurantsjefen. I fremtiden har restauranten planer om å fortsette å bruke QR koder og stort fokus på å «pushe» takeaway mat.

R3: Hvilke muligheter ser du at digitalisering og teknologi kan gi virksomheten deres?

Informanten får spørsmål hvilke muligheter det kan være med teknologi. R3 er den mest positive når det kommer til digitalisering i serveringbransjen og svarer følgende:

« Vi har ikke evnen til å forstå hvor mange muligheter teknologi kan gi oss i fremtiden »

I restauranten som informanten driver har de ulike avdelinger der de blant annet har en nattklubb og flere selskapslokaler. Nattklubben blir også brukt som selskapslokaler når i ukedager. Dette er store lokaler som har mulighet til større og bedre arrangementer med digitale verktøy som bestilling via QR kode da dette oppleves som ett svært effektivt verktøy. I tillegg er restauranten med på en matfestival hvert år der de har ett telt på over 1000kvm. På festivalen handler alt om effektivitet, det er ingen som bryr seg om kundeservice lenger. QR kode har blitt brukt på denne festivalen i 2-3 år allerede, men med appens oppgraderinger og nye funksjoner kan det øke effektiv og salg enda mer. Og på disse festivalene og store

arrangementene har de bruk for mer teknologi, gjerne roboter sier informanten.

B1: Hvilke utfordringer kan teknologi gi din virksomhet?

Daglig leder på de tre nisjebarene har sterke meninger om digitalisering i virksomheten. Og får spørsmål om hvilke utfordringer teknologi kan innebære.

« Mangel på kompetanse og motivasjon »

En fornøyd medarbeider bidrar ofte til bedre resultater. Med ny teknologi blir det vanskeligere for nye bartenderere eller servitører å oppnå mestringsfølelse, motivasjon og mål. Jobben til en bartender eller servitør står i fare for å bli alt for ensformig. Informanten forteller om sin erfaring når det kommer til motivasjon og mestringsfølelse.

« Jeg startet min karriere innenfor serveringbransjen som servitør, å være servitør eller bartender er absolutt ikke en kjedelig jobb men å jobbe 17 timers dager og hver helg krever motivasjon. For å få motivasjon krever det også mestringsfølelse. Jeg laget meg selv små mål hver dag for å øke motivasjonen dette bidro til at mestringsfølelsen også økte. Jeg begynte med å bære en tallerken og øvde hver dag helt til jeg klarte å bære 5 tallerkner. Jeg tok bestillinger med penn og papir, men øvde hver dag på å kunne ta så mange bestillinger som mulig i hodet, det endte med at jeg til slutt klarte å ta bestilling på 20 personer med 2 retter og drikke.»

Ikke bare fikk informantene mestringsfølelse og motivasjon, men også fysisk og psykisk trening.

B2: Hva er dine tanker rundt digitalisering i deres virksomhet?

Daglig leder av cocktailbaren har ganske like meninger som informant B1 når spørsmålet om sine tanker rundt digitalisering i bedriften er. Daglig leder jobber en del administrativt men har mest timer i service. Og jobber da som både daglig leder og barsjef på cocktailbaren. Informanten forteller at di også har tatt i bruk minst mulig teknologi, men synes det er vanskelig å unngå da alle nabobarene og restaurantene bruker de nyeste teknologiene.

« Vi har ikke kommet langt med teknologi i forhold til USA, men digitaliseringen har begynt. Det er det ingen tvil om»

Informanten er godt opplyst om ulike teknologier som blir brukt i andre land, som for eksempel USA. Teknologien som blir brukt i USA er langt mer avansert en det vi bruker her i Norge. Vi kan si at QR koder har tatt bort en stor del av servitøren eller bartenderens jobb, eller at varetellingsapper som ASKO har sparer oss for mye tid og penger men i USA har teknologien så og si tatt over hele jobben, der har de roboter og 3D menyer.

« På barskolen sa læreren at en bar er som ett sirkus, og bartenderen er underholdningen»

En bartender blitt ofte observert av gjestene, både med teknikker og væremåte. En bartender har muligheten til å lage litt «show» og være litt uformell. Mens en servitør helst bare skal servere mat og drikke uten å komme i veien for gjestene.

B3: Har teknologi i deres virksomhet økt produktiviteten? Og på hvilken måte?

Informanten B3 har gjerne den mest positive opplevelsen når det gjelder digitalisering.

« Skal jeg være helt ærlig, så gjør teknologi jobben min super enkel»

I baren B3 driver har de også tatt i bruk QR koder, og har fritatt bartenderen for mye jobb. Logistikkmessig så er denne baren vanskelig å drive da den er i samme lokalet som en restaurant som er i etasjen under. Baren er kun 70 kvm, og svært populær i byen. Informanten forteller at det handler mye om å produsere raskt nok for å selge mest mulig.

« Vi sier vi har fokus på kvalitet og opplevelse, men realiteten er at vi har fokus på høyest mulig omsetning»

Lunsjtid på en Lørdag mellom 12-18 bruker det å være stinn brakke i baren. Det er kun en bartender på jobb og denne bartenderen fungerer som cocktailbartender og servitør. Restauranten i første etasje har ofte fullt på Lørdager, noe som krever at restaurantenes gjester blir plassert i barens lokaler. Den ene bartenderen som er på jobb har altså ansvar for å ta bestilling av mat, hente mat i en annen etasje samtidig som det står 10 stk og venter på drinker i baren. På en lunsjvakt er det ikke uvanlig å løpe 10 000 skritt da bartender også i løpet av vekten må hente mer varer, som er i nabobygget. Som dere ser så er logistikken helt forferdelig, men det er ikke forsvarlig å ha flere ansatte på jobb. Selv om bartenderen løper alt han kan så tar ting likevel lang tid, noe som går utover omsetningen. Med QR kode på alle border har det vært enkelt å være en på jobb på lunsjvakten på Lørdager påpeker barsjefen. Det er ingen som står å maser i baren, og det er heller ikke spisegjester som klager på at de ikke har fått tildelt menyen. Informanten sier at de ikke enda kan se resultatet når det kommer

til omsetningen da de har holdt stengt store deler av 2020 og delvis i 2021. Barsjefen er likevel ganske positiv til teknologi som effektiviserer og gjør arbeidsdagen sin enklere, og har store planer om å fortsette med QR koder i baren etter pandemien.

4.3 Digital endring

Digitale endringer og ny teknologi har akslerert i serveringsbransjen det siste året.

Serveringsbransjen har tidligere vært tilbaketrukne når det gjelder å digitaliseres seg og ta i bruk nye teknologi. Pandemien Covid-19 har tvunget frem både eksisterende og nye teknologier i serveringsbransjen.

R1: Hva er de største utfordringene med stadige og raske endringer i serveringsbransjen når det kommer til digitalisering?

Informanten får spørsmål om hva som er de største utfordringene med at bedriften opplever stadige og raske endringer, svaret er som følgende:

« I vår bransje er vi vant til endringer på kort varsel. Vi er vant til å omstille oss i ulike situasjoner og settinger. Vi har hatt langt større utfordringer en digitalisering den siste tiden»

Endringer i forholdt til digitalisering og teknologi har vært vikttig for bransjen men også for virksomheten R1 driver. Teknologi har reddet flere serveringssteder og har gitt dem muligheten til å ha åpent under pandemien men også mulighet for å effektivisere arbeidet og ha mindre folk på jobb, som til slutt øker omsetningen. Bransjen har vært gjennom flere nedsteneringer og enda flere restresksjoenr, det er utrolig mye å forholde seg til og er i tillegg vanskelig for bedriftene å tjene inn pengene som er gått tapt på veien.

R2: Hvilke teknologier ser du som spesielt interessante, og er det noen teknologi du synes mangler i bransjen?

Det kan være vanskelig å tenke fremover, spesielt i en tid som dette. Serveringsbransjen er overveldet av ny teknologi og ekstrembruk av digitale løsninger, spørsmålet til informant R2 er derfor ekstra vanskelig å besvare. Informanten får spørsmål om hvilke teknologier hun tror vi vil se i fremtiden og om hun kommer på en type teknologi som vi mangler.

R3: Har forretningsplanen endret seg med tanke på digitalisering og ny teknologi?

De fleste bedrifter har en forretningsplan som har klare planer om visjoner, mål, strategi og økonomi. En forretningsplan bør i utgangspunktet fungere som ett levende dokument som enn endrer underveis. Nå til dags skjer det endringer i ett rasende tempo og er derfor interessant å få frem noen tanker om dette. R3 får spørsmålet om forretningsplanen endrer seg i forbindelse med hastedigitaliseringen?

Informanten svarer at han ikke jobber aktivt med forretningsplanen her og nå da det hele har kommet som ett sjokk. I utgangspunktet vil forretningsplanen forbli det samme men det er kundene som bestemmer hvilken retning restauranten vil gå i fremtiden. Brukervennlig teknologi som oppfyller kundenes ønske er viktig for å være konkurransedyktig. Kundene og gjestene får flere krav. Forretningsplanen til restauranten fungerer som ett levende dokument som blir endret jevnlig. Det er vanskelig for ledelsen å ta valg om videre drift midt i koronapandemien da målet til restauranten for øyeblikket kun handler om å overleve.

B1: Hvordan har digitalisering påvirket serveringsbransjen ?

Digitalisering påvirker og endrer nesten alle typer bransjer på ulike måter, B1 fikk spørålet om sine tanker om hvordan digitalisering har påvirket serveringsbransjen. Informanten svarer med at digitalisering skjer raskere nå en de har sett tidligere og at digitaliseringen har bringet frem nye løsninger som igjen har skapt nye trender og trendene har bringet frem nye forventninger og krav fra gjestene. Bareieren har gjennom hele intervjuet vert negativ til digitalisering og har tatt i bruk minst mulig teknologi i sine barer. Men det finnes ett verktøy som har vert viktig for bareierens barer. Sosiale medier er ikke en ny trend og gjerne det verktøyet som er mest forventet at du har. Uanhengig av koronapandemien har sosiale medier hjulpet barene på utallige måter. Sosiale medier som Facebook og Instagram har gitt barene mulighet til å markedsføre seg, helt gratis. De fleste av oss eier i dag en smarttelefon, de fleste av oss bruker Facebook og andre sosiale medier flere ganger daglig for å sjekke statuser, oppdateringer og nyheter. For bedrifter er dette en mulighet for å vise seg selv frem og markedsføre seg målrettet til sin målgruppe. Gjennom pandemien har alle tre barene vert stengt i lengre perioder, sist periode var på hele 147 dager, men takket være sosiale medier ble det likevel penger i kassen. Det ble lagt ut videoer om hvordan en lager ulike typer cocktails i tillegg til at barene solgte egne cocktailpakker. Cocktailpakkene inneholdt blandevann, frukt, garnity og oppskrifter og brennevin fikk kunden stå for selv. Cokctailpakkene ble solgt for 300 kr og smakene varierte hver uke. Det ble markedsført på både Facebook og Instagram og ble bestilt og betalt gjennom Vipps.

B2: Hva er dine tanker rundt kompetanse og motivasjon til dine nåværende og framtidige ansatte?

Digitalisering kan påvirke mange ledd og prosesser i en bedrift. Det har lenge vært snakk om at teknologi en gang tar over alle jobbene våre. Informanten får spørsmål om sine tanker om teknologiens påvirkning til å endre arbeids oppgavene til de ansatte.

«Vi merker at våre ansatte synes det er avslappende og mer «hjernedødt» å jobbe i serveringsbransjen nå iforhold til tidligere. Vi fungerer mer eller mindre som levende maskiner og trenger ikke lenger kunnskap om hverken produkter eller tjenester. Alt står jo der på mobiltelefonen din»

Før Pandemien var trenden i bransjen kvalitet forran kvantitet. Bartendere med bred erfaring og sommelierer innen for vin, øl og brennevin brukte god tid på hver gjest for å dele sin kunnskap og lidenskap for faget med gjestene. En ny fase har ankommet bransjen og informanten mener at de har gått over til kvantitet forran kvalitet.

B3 Hva tror du gjestene dine synes om at serveringsbransjen digitaliseres?

Vi har gått gjennom ledernes tanker i forhold til digitalisering i serveringsbransjen og i deres virksomheter. Neste spørsmålet er: Hvordan tror du gjestene opplever digitalisering i serveringsbransjen?

B3 tror at flesteparten av gjestene setter pris på teknologi som for eksempel QR koder og takeaway apper. Her og nå så har ikke gjestene noe valg og dessuten er valget om å bestille via apper den tryggeste måten å bestille mat på med tanke på pandemien.

« å vente lenge på regningen kan ødelegge hele opplevelsen »

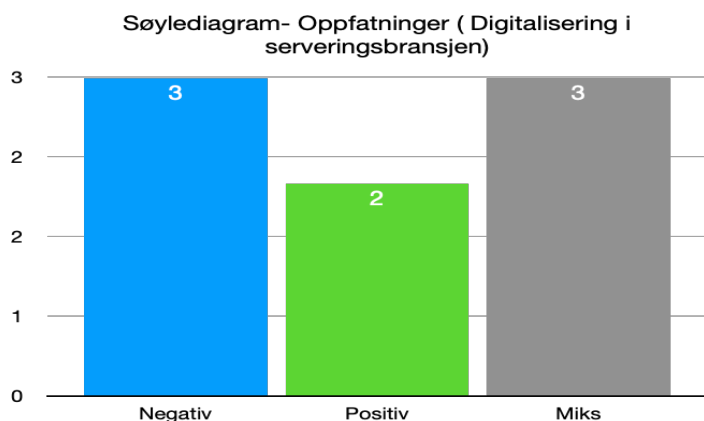
Selv om en gjest har fått supergod oppfølging og topp service på servitørene hele kvelden, kan betalingsdelen ødelegge. Gjestene er ofte ferdige når de er ferdige og skal gjerne rekke en buss eller en taxi videre. Informanten har en oppfatning av at gjestene er svært utålmodige når det gjelder å vente på regningen. Selv om servitørene har det travelt og er midt i en servering så er det lite forståelse for at regningen kommer sent på bordet.

5.0 Diskusjon

I dette kapitlet ser vi nærmere på funnen i oppgaven og diskuterer disse. Funnene knyttes opp mot tidligere forskning og funn innenfor digitalisering og digitale endringer.

5.1 Digitalisering i serveringsbransjen

Når det gjelder digitalisering i serveringsbransjen så kan vi se at oppfatning temaet og spørsmålene er ganske likt fordelt på negative, positive og mikset oppfatninger. I en tid med sosial distansering er teknologien viktig faktor for å kunne holde åpent serveringsstedet på en trygg og effektiv måte. Det er ingen tvil om at digitaliseringen i bransjen kom som ett sjokk for de fleste. Digitaliseringen hadde muligens kommt før eller siden men ble absolutt fremsyndet på grunn av pandemien. Jeg har inntrykk av at de fleste av informantene ikke hadde tenkt noe særlig på digitalisering eller teknologi generellt før pandemien tvang det frem. Svarene i dette teamet er ganske likt fordelt mellom negative, positive og mikset meninger og oppfatninger. Informantene er enige om at digitalisering effektiviserer og øker produktiviteten i serveringsbransjen. Nye verktøy og nye trender har vært positive når det kommer til å øke omsetningen. Det er enighet mellom informantene at kompetansenivået ser ut til å kunne bli lavere og interessen og lidenskapet for faget kan være i fare for å dø ut. «skal vi alle bli Egon» er det en av informantene som påpeker i diskusjonen om digitalisering i serveringsbransjen. Det som menes med dette er at restauranten Egon har som konsept å ha en effektiv og kort bestillingsprosess i sine restauranter. I flere andre restauranter eller barer handler det mer om kvalitet en kvantitet.



Figur 1(Oppfatninger digitalisering i serveringsbransjen)

5.2 Digitalisering i bedriftene

I temaet om digitalisering i bedriftene er det flere positive meninger en negative.

Oppfatningene handler i hovedsak om samspillet mellom mennesket og teknologien.

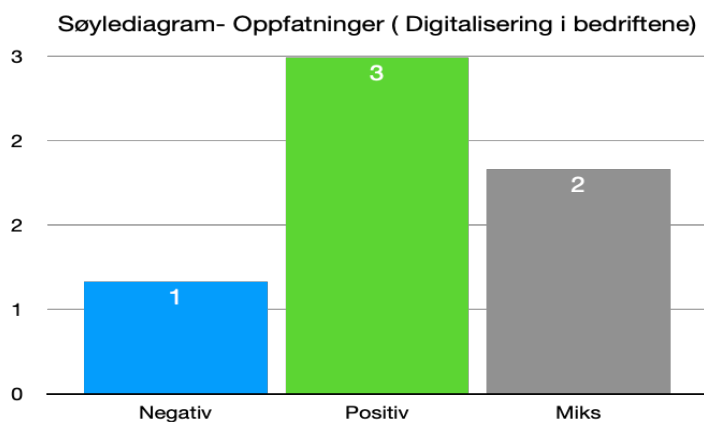
Informant R3 sier at « *balanse mellom teknologi og mennesket tror jeg kan øke både kvalitet og kvantitet i vår bedrift*» .

Forholdet mellom teknologi og mennesker kan forstås som ett sett med delegeringer der ansvar og arbeidsoppgaver forflyttes og fordeles mellom dem. Når vi implemterer nye teknologier i vår hverdag eller i vårt samfunn generellt, innebærer det som oftest en forflytning eller forskyvning av ansvar og arbeidsoppgaver. (Ask & Søraa, 2021).

Informanten R1 har også lignende oppfatning når det gjelder digitalisering i bedriftene, burgerrestauranten R1 driver har som mål å utnytte teknologien og de digitale verktøyene på best mulig måte uten at det tar overstyring. Arbeidsoppgavene vil bli noe annerledes med digitale verktøy, men fokus er å bruke teknologi for å redusere administrative oppgaver.

Hentemat som blir levert av Foodora og Wolt er også blitt en stor del av det kundene ønsker

og trekker til seg flere og nye kunder.



Figur 2 (Oppfatninger Digitalisering i bedriftene)

5.3 Digital endring

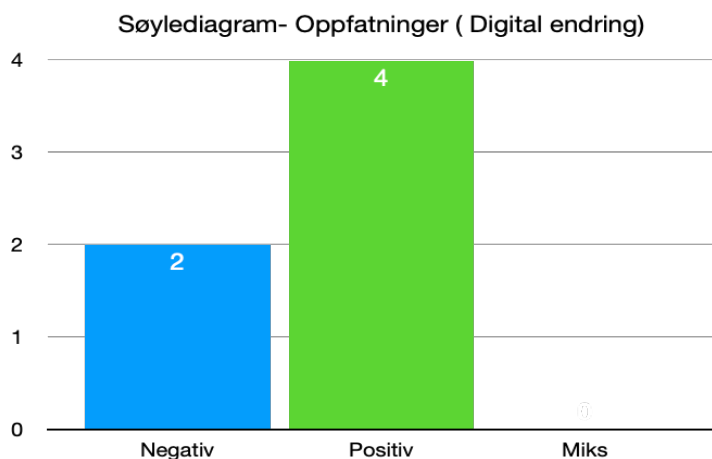
Når digital teknologi implementeres på arbeidsplassen, er det som oftest med mål om å øke produktiviteten. Digital teknologi knyttes til verdier som effektivitet, lønnsomhet og optimalisering. (Kristine & Søraa, 2021) I restaurantbransjen er det ett skrikende behov etter faglærte servitører og bartendere. Mangelen skyldes blandt annet at servitøryrket har lav status på grunn av en fagutdanning som har sakkett akterut. (næringslivnorge.no, 2019) For å jobbe i serveringsbransjen krever det få forkunnskaper og ingen utdanning, dette gjør at færre tar utdanning som servitør. Dette gjør at fagnivået blir dårlig og at enn ikke kan stole på anbefalingene som du får som gjest. (næringslivnorge.no, 2019). Problemet om ufaglært personell ser iallefall ikke ut til å bli bedre med det første, for nå har det oppstått flere grunner til å ikke ta fagbrev som servitør.

Forenkling og standardisering gjør det mulig både å nå flere og spre produksjonen. *I boken The Mcdonaldization* beskriver sosiologen George Ritzer ikke bare hvordan produksjonen av Mcdonald's burgere og påmmfri lett kan forflyttes fra forstad til forstad og fra land til land,

og hvor nye ansatte bare trenger en halvtimes opplæring før de er i gang. Ritzer hevder at hovedtendensen i våre dager er at det blir mer av ingenting og mindre av noe. Resultatet er en kaldere verden. (Eriksen, 2021)

Informanten B2 nevner i intervjuet at det ikke lenger er behov eller ett krav å kunne like mye om produktene eller tjenestene. « alt står jo der på mobiltelefonen din» . I apper som ordr.no er det mulig å legge inn detaljert informasjon om mat og drikkevarer, noe som gjør at servitøren slipper å forklare om produktene. Informanten forteller videre at det virker som om gjestene har godtatt det slik som det er nå. De har ikke lenger behov for mer utfyllende informasjon om produktene, de ønsker heller at mat og drikke blir servert raskest mulig. « *om vi ikke trengte fagbrev før, så trenger vi det iallefall ikke nå*» sier informanten B2.

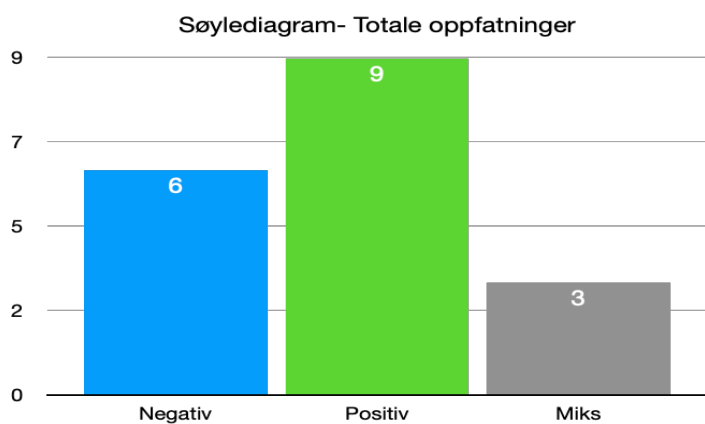
Flest antall informanter ser ut til å være positive til digitale endringer. I funnene kan vi se at det finnes flere verktøy som bidrar med å øke effektiviteten og omsetning uten at det trenger å gå utover gjestene. Verktøy som varbeholdnings applikasjoner gjør det mulig for leder eller ansatte å bruke mindre tid på administrativt og heller bruke denne tiden på gjestene. Verktøy som QR kode bestillingsapp som ordr.no har vært ett verktøy som har reddet flere restauranter gjennom den globale pandemien Covid-19 og har bidratt til en trygg og kontaktløs bestilling og betalingsprosess samtidig som det minsker kødannelser og generell kontakt mellom personer. Dette digitale verktøyet har blitt sett som ett nødvendig hjelpemiddel. Informant B3 er en av flere informanter som har planer om å fortsette med digitale verktøy i fremtiden og er positiv og nysgjerrig for hva teknologi kan bidra med på sikt.



Figur 3(Oppfatninger Digital endring)

5.4 Oppsummering av diskusjon

Informantene har noen ulike meninger og opplevelser om fortiden, nåtiden og fremtiden, men i oppsummering av informantenes svar kan vi i søylediagrammet under se at informantene har en positiv oppfatning og tankegang om digitalisering i serveringsbransjen, digitalisering i bedriftene og digitale endringer.



Figur 4 (Totale oppfatninger/ Oppsummering)

6.0 Avsluttning

I dette kapitlet presenterer jeg min konklusjon av studiets problemstilling og forslag om hvordan studien kan bli brukt videre i tillegg til forlag til videre forskning.

6.1 Konklusjon

Formålet med studien er å bidra med kunnskap om hvordan digitalisering påvirker serveringsbransjen og menneskene som jobber i bransjen. Problemstillingen: « *Hvordan påvirker digitalisering serveringsbransjen?* » besvares videre i denne konklusjonen.

Det er ingen tvil om at digitalisering påvirker serveringbransjen og det er spesielt noen områder som skiller seg ut. Ett av områdene som skiller seg gjelder kompetanse i serveringsbransjen, digitale verktøy og digitalisering påvirker kompetansenivået til nåværende og fremtidige servitører og bartenderer da flere av de digitale verktøyene har tatt bort en del arbeidsoppgaver som spesielt handler om produktkunnskap.

Det relativt nye verktøyet som er bestilling via QR kode har også en stor påvirkning på serveringsbransjen. Dette digitale verktøyet påvirker både virksomheten, de ansatte og gjestene på både positive og negative måter. QR kode systemene påvirker til endringer som økt effektivitet men mindre kompetanse i faget.

En annen tydelig trend og ikke minst endring er økning og etterspørsel på takeaway. Digitalisering i serveringbransjen har påvirket takeaway på flere områder, men det viser at det nå finnes gode og brukervennlige digitale verktøy som både kundene og serveringsstedene tjener på. Serveringsstedene har nå klart å nå en større målgruppe og

gjestene har flere alternativer å velge mellom.

Digitaliseringen i serveringbransjen har eksplodert de siste årene, men mye tyder på at bransjen har mye igjen før de er helt digitalt transformert og det er ingen som enda vet om eller når dette vil skje.

6.2 Teoretiske implikasjoner

Denne studien bidrar med inngående informasjon om digitalisering og dens påvirkning i serveringsbransjen. Studien bistår med teori til å forstå digitaliseringen generelt men også dens positive og negative effekter i en virksomhet.

6.3 Praktiske implikasjoner

Ledelsen kan ha nytte av informasjonen på flere måter, spesielt når det kommer til kompetanse av både ledere og ansatte men også rekruttering til bransjen. Det kan være nyttig for ledere å få en større forståelse av hvordan en kan skape balanse mellom teknologi og menneskene.

6.4 Studiens begrensninger

Studien er gjennomført av en forsker over en periode på fem måneder, noe som fører med seg visse begrensninger. Jeg har trukket slutninger fra ett bestemt tidspunkt i tillegg til at dette tidspunktet er rammet av en global pandemi. Pandemien gjør det vanskelig for både meg og informantene å tenke hva som vil skje fremover og etter pandemien. Ved å gjennomføre studien på ett annet tidspunkt og spesielt etter pandemien ville det vært mulig å presentere ett mer realistisk og langsiktig perspektiv på studien.

6.5 Videre forskning

Studiet er basert på ett relativt lite utvalg med 6 forskjellige case. En mer omfattende studie med fokus på de ansatte. Ledere vil automatisk ha større fokus på lønnsomhet mens en ansatt gjerne har mer fokus på sin egenarbeidssituasjon. Det hadde vært interessant å foretatt en studie som handler om de ansattes oppfatning av digitalisering med fokus på kompetanse, arbeidsoppgaver, trivsel, motivasjon, mestfringsfølelse og psykisk helse.

En annen interessant studie ville vært å sett dypere på hvordan forretningsmodeller kan utvikle seg med digitale verktøy i serveringsbransjen. Digitalisering har muligens uendelige med potensielle problemstillinger som kan og bør bli belyst.

7.0 Referanser

- Aalen, I. (2015). Sosiale Medier. I I. Aalen, *Sosiale Medier* (s. 57). Bergen: Fagbokforlaget.
- Aalen, I. (2015). Sosiale Medier. I I. Aalen, *Sosiale Medier* (ss. 63-64). Bergen: Fagbokforlaget.
- Andersen, G. (2019, Januar 31). *ndla.no*. Hentet fra Nasjonal Digital Læringsarena:
<https://ndla.no/nb/subject:19/topic:1:195989/topic:1:195829/resource:1:56937?filters=urn:filter:cd-dc3895-a19b-4e30-bd27-2f91b4a02894>
- Ask, K., & Søraa, R. A. (2021). I K. Ask, & R. A. Søraa, *Digitalisering* (s. 40). Bergen: Fagbokforlaget.
- Ask, K., & Søraa, R. A. (2021). Digitalisering. I K. Ask, & R. A. Søraa, *Samfunnsendring, brukerperspektiv og kritisk tenkning* (s. 33). Bergen: Fagbokforlaget.
- Ask, K., & Søraa, R. A. (2021). Digitalisering. I K. Ask, & R. A. Søraa, *Samfunnsendring, brukerperspektiv og kritisk tenkning*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Ask, K., & Søraa, R. A. (2021). Digitalisering. I K. Ask, & R. A. Søraa, *Samfunnsendring, brukerperspektiv og kritisk tenkning* (s. 262). Bergen: Fagbokforlaget.
- Ask, K., & Søraa, R. A. (2021). Digitalisering. I K. Ask, & R. A. Søraa, *Samfunnsendring, brukerperspektiv og kritisk tenkning* (s. 47). Bergen: Fagbokforlaget.
- Ask, K., & Søraas, R. A. (2021). Digitalisering. I K. Ask, & R. A. Søraas, *Samfunnsendring, brukerperspektiv og kritisk tenkning* (s. 38). Bergen: Fagbokforlaget.
- asko.no. (u.å). *asko.no*. Hentet fra asko.no: <https://asko.no/kunde/servering/bestilling/>
- Bø, M. (2020, Mars 13). *dn.no*. Hentet fra Dagens Næringsliv: <https://www.dn.no/smak/restauranter/tomt-for-matvarer-i-butikken-her-er-restaurantene-som-holder-aptent-og-tilbyr-take-away/2-1-773135>
- Donoghue, L. M. (2019, Februar 5). *næringslivnorge.no*. Hentet fra Næringsliv Norge: <https://www.xn--nringlivnorge-0ib.no/hotell-restaurant-og-catering/servitoryrket-ma-fa-hoyere-status/>
- Donoghue, L. M. (2019, Februar 5). *Næringslivnorge.no*. Hentet fra Næringsliv Norge: <https://www.xn--nringlivnorge-0ib.no/hotell-restaurant-og-catering/digitalisering-effektiviserer-restaurantbransjen/#>
- Enli, G., & Marit, M. S. (u.å). *snl.no*. Hentet fra Store Norske Leksikon: <https://snl.no/taxonomy/774>
- Eriksen, T. H. (2021). Appenes Planet. I T. H. Eriksen, *Hvordan smarttelefonen forandret verden* (s. 126). Latvia: Aschehoug.

- Eriksen, T. H. (2021). Appenes Verden. I T. H. Eriksen, *Hvordan smarttelefonen forandret verden* (s. 218). Latvia: Ashehoug.
- Fredriksen, L. (2017, Juni 30). *ohf.no*. Hentet fra Oslo Handelsstands Forening:
<https://www.ohf.no/serveringsbransjen-viktig-bransje-oslo-by/>
- Harari, Y. N. (2018). 21 tanker for det 21. århundre. I Y. N. Harari, *21 tanker for det 21. århundre* (s. 102). Oslo: Bazar Forlag.
- Harari, Y. N. (2018). 21 tanker for det 21. århundre. I Y. N. Harari, *21 tanker for det 21. århundre* (s. 37). Oslo: Bazar Forlag.
- Harari, Y. N. (2018). 21 tanker for det 21. århundre. I Y. N. Harari, *21 tanker for der 21. århundre* (s. 37). Oslo: Bazar Forlag.
- Hareide, D. (2020). Mennesket og teknomaktene. I D. Hariede, *Hva gjør de nye teknologiene med oss?* (s. 14). Ruiga: Aschehoug & Co.
- Kristine, A., & Søråa, R. A. (2021). Digitalisering. I a. Kristine, & R. A. Søråa, *Samfunnsendring, brukerperspektiv og kritisk tenkning* (s. 155). Bergen: Fagbokforlaget.
- Larsen, A. K. (2007). En enklere metode. I A. K. Larsen, *Veiledning i samfunnsvitenskapelig forskningmetode. 1. utgave* (s. 80). Bergen: Fagbokforlaget.
- Lena, S. F. (2021, mai 9). *finansavisen.no*. Hentet fra Finansavisen:
<https://finansavisen.no/nyheter/tjenester/2021/05/09/7670395/just-eat-girer-opp-i-norge-sikter-mot-a-passere-foodora-i-2021>
- naku.no. (2010, September 15). *naku.no*. Hentet fra *naku.no*:
<https://naku.no/kunnskapsbanken/forskningsetikk>
- nhoreiseliv. (u.å). *nhoreiseliv.no*. Hentet fra NHO reiseliv:
<https://www.nhoreiseliv.no/bransjer/servering/om-serveringsbransjen/>
- Oreld, H. (2020, September 5). *Finansavisen*. Hentet fra *finansavisen.no*:
<https://finansavisen.no/lordag/gruenderintervjuet/2020/09/05/7562848/edwin-fjeldtvedt-har-truffet-blink-med-ordr.no>
- Resdiary.no. (u.å). *resdiary.no*. Hentet fra *resdiary.no*: <https://resdiary.no/hjem/>
- Søråa, R. A., & Ask, K. (2021). Digitalisering. I K. Ask, & R. A. Søråa, *Samfunnsendring, brukerperspektiv og kristisk tenkning* (s. 146). Bergen: Fagbokforlaget.

Søraa, R. A., & Ask, K. (2021). Digitalisering. I K. Ask, & R. A. Søraa, *Samfunnsendring, brukerperspektiv og kritisk tenkning* (s. 12). Bergen: Fagbokforlaget.

Storehaug, J. S. (2018, September 16). *Storehaug.no*. Hentet fra storhaug.no: <https://storehaug.no/sosiale-medietrender-chatbots-og-kunstig-intelligens/>

Storehaug, J. S. (2020, Februar 28). *Storehaug.no*. Hentet fra Storehaug.no: <https://storehaug.no/digital-transformasjon/>

Tennøe, A. C. (2020, 10 20). *smakmagasinet.no*. Hentet fra Smak Magasinet: <https://smakmagasinet.no/artikler/2020/10/restaurantteknologi/>

Tennøe, A. C. (2021, 01 05). *smakmagasinet.no*. Hentet fra Smak Magasinet: QR Kode:

Wikipedia. (u.å). *wikipedia.no*. Hentet fra Wikipedia: <https://no.wikipedia.org/wiki/Digitalisering>

8.0 Figurliste

Figur 1(Oppfatninger digitalisering i serveringsbransjen)	38
Figur 2 (Oppfatninger Digitalisering i bedriftene)	39
Figur 3(Oppfatninger Digital endring)	41
Figur 4 (Totale oppfatninger/ Oppsummering)	41
Tabell 1(Informasjon om informantene)	20

9.0 Vedlegg

Vedlegg 1: intervjuguide

Bakgrunnsvariabler:

Informant:	
Arbeidsgiver:	
Stilling:	
År ansatt i organisasjonen:	
Dato:	

I forbindelse med min bacheloroppgave vil dette intervjuet være en del av min datainnsamling. Oppgaven handler om digitalisering og hvordan digitalisering påvirker til endring i serveringsbransjen.

Du vil bli anonymisert, kun stillingstittel vil bli nevnt i rapporten. Du kan trekke deg fra intervjuet når som helst, og du kan velge og ikke svare på spørsmål.

Dataene fra dette intervjuet vil kun bli brukt av meg som forsker til studiens formål.

- Intervjuer (forsker) forteller kort om bakgrunn for oppgaven:

Informanten:

1. Kan du fortelle om selskapet og din posisjon i selskapet.

Tema 1: Digitalisering i serveringsbransjen

1. Hva er dine tanker rundt digitalisering i serveringsbransjen?
2. Hvilken type teknologi mener du er nytt i serveringsbransjen?

Tema 2: Digitalisering i bedriftene

4. Hvilke type teknologi og digitale verktøy har dere tatt i bruk i din virksomhet?
5. Hva er mulighetene med teknologi i deres virksomhet?
6. Hva er utfordringene med teknologi i deres virksomhet?

Tema 3: Digitale endringer

7. Serveringsbransjen er i stadig endring, hvordan forholder du og virksomheten dere til de raske endringene?
8. Er det noen teknologi du synes mangler i serveringsbransjen og hvilken teknologi tror du vi kommer til å se i fremtiden?
9. Er forretningsplanen/modellen i din virksomhet påvirket til endring på grunn av digitalisering?
10. Hva tror du gjestene sine tanker er rundt ny teknologi og digitalisering i serveringsbransjen?
11. Hva er dine tanker rundt digitalisering i forhold til nåværende og fremtidig kompetanse for ansatte i serveringsbransjen?

Vedlegg 2: Forespørsel om intervju

Hei

Jeg studerer for tiden Hotelledelse ved Universitetet i Stavanger / Norsk hotellhøyskole. I forbindelse med min avsluttende bacheloroppgavet i studiet ønsker jeg å få kontakt med sentrale personer i selskapet(gjerne ledere) for ett intervju.

Som vi alle har lagt merke til så har digitalisering i serveringsbransjen økt de siste årene, jeg ønsker å undersøke digitaliseringens påvirkning i serveringsbransjen og ønsker derfor å stille spørsmål som omhandler diigitalisering og digial teknologi. Jeg ønsker gjerne å møte en av deres utvalgte til ett intervju personlig, via Zoom eller på telefon om mulig.

Litt om oppgaven og bruk av dette:

Jeg regner med at intervjuet vil ta i overkant av 40-60 minutter. Det er jeg som vil stille spørsmålene og vil ta notater underveis. Informasjonen fra intervjuet vil kun brukes til min bacheloroppgave og vil ikke deles med uvedkommende. Som informant står du fritt til å nekte å svare på spørsmål eller trekke deg fra intervjuet når som helst. Ingen personlig informasjon om deg eller virksomheten du jobber for vil bli nevnt i oppgaven og det vil ikke være mulig å spore opp informasjon om disse opplysningene. Du vil kun bli nevnt med kjønn og stilling. Det vil komme frem i oppgaven hvilken type bedrift du jobber for , men uten navn og sted. Informanten får også tilsendt notater fra intervjuet i etterkant for å komme med eventuelle innspill eller endringer.

Håper på positivt svar.

Mvh Lena Byberg