

Modul 1, Lekcija 5

Diapozitiv – Uvod v modul 1

Tema te lekcije so živilski odpadki, povpraševanje in upravljanje zalog. To je ključno področje, ki podjetjem v gostinstvu in maloprodaji omogoča, da zmanjšajo odpadke, optimizirajo stroške in zagotovijo najvišjo kakovost storitev. Poseben poudarek bomo namenili sodobnim tehnološkim orodjem, ki podpirajo procese naročanja in avtomatizacijo procesov.

Diapozitiv 2 – Lekcija 5

Sodobna orodja, kot so spletne platforme za naročanje, mobilne aplikacije ali chatboti, vam omogočajo racionalizacijo postopka naročanja hrane in storitev. Primeri vključujejo naročanje prek aplikacij, samodejne e-poštne potrditve ali rešitve, ki temeljijo na umetni inteligenci, ki prilagajajo predloge posameznim potrebam strank.

Diapozitiv 3 – Osnovni koncepti

Predstavljena je delitev tehnologij na tri stopnje napredka: **visoka, srednja in nizka tehnologija**, skupaj z njihovimi značilnostmi.

Visoka tehnologija pomeni popolnoma ali skoraj popolnoma avtomatizirane in inteligentne rešitve. Zanje je značilna sposobnost obvladovanja vse bolj natančnih procesov z uporabo naprednih mehanizmov in močnih sil.

Srednja tehnologija je delno avtomatizirana in inteligentna. Običajno manipulira z bolj izpopolnjenimi materiali in uporablja srednjo stopnjo sile, ki združuje avtomatizacijo z elementi, ki zahtevajo človeško posredovanje.

Nizka tehnologija je delovno intenziven proces, ki zahteva neposreden stik z velikimi količinami materiala in šibkimi silami. Je manj avtomatizirana in bolj odvisna od ročnega dela. Ta razčlenitev vam pomaga bolje razumeti stopnjo tehnološkega napredka na različnih področjih in določiti, kje vlagati v razvoj avtomatizacije.

Diapozitiv 4 – Digitalne rešitve

Digitalizacija pri naročanju hrane rešuje številne težave, ki so znane iz tradicionalnih metod, kot so dvojna rezervacija, človeške napake in neučinkovito upravljanje naročil. Poleg tega omogoča boljši nadzor stroškov, povečuje natančnost naročil in izboljšuje uporabniško izkušnjo. Programski inženiring igra ključno vlogo pri tem, saj zagotavlja aplikacije, ki niso le funkcionalne, ampak tudi enostavne za uporabo za vsakega uporabnika.

Diapozitiv 5 – Tehnološka orodja

Na diapozitivu vidimo pregled tehnoloških **orodij**, ki podpirajo sodobne procese v gostinstvu in gostinstvu. Ta orodja lahko razdelimo v štiri glavne kategorije.

Prva kategorija je spletno naročanje. Vključuje:

- Spletne strani restavracij z vgrajenimi moduli za naročila,
- platforme za dostavo in naročanje, kot sta Uber Eats ali Wolt,
- sisteme za rezervacijo miz,

- integracije naročil z družabnimi mediji, ki olajšajo doseganje strank in oddajo naročil.

Druga kategorija je samopostrežba. V tej skupini najdemo:

- samopostrežne kioske,
- mobilne aplikacije s funkcijo plačila in naročanja,
- tablične računalnike na mizah, ki omogočajo oddajo neposrednih naročil,
- avtomatske avtomate, ki omogočajo hiter dostop do izdelkov.

Tretja kategorija je avtomatizacija storitev. Vključuje:

- Chatbote v aplikacijah in na spletnih straneh,
- virtualne pomočnike, ki pomagajo pri komunikaciji s strankami,
- robote, ki podpirajo logistične in storitvene procese,
- umetno inteligenco za priporočila izdelkov in
- virtualno in razširjeno resničnost, ki ustvarjata nove izkušnje za stranke.

Četrta kategorija je upravljanje operacij in integracija.

V to skupino spadajo:

- POS in hotelski sistemi (PMS),
- UI za napovedovanje povpraševanja, ki optimizira postopke javnih naročil,
- Orodja za avtomatsko izdajanje računov in plačil,
- Analitiko in prilagajanje, ki vam pomagata prilagoditi ponudbo željam strank.

Ta orodja skupaj ustvarjajo ekosistem, ki izboljšuje operativno učinkovitost, izboljšuje uporabniško izkušnjo in prilagaja storitve potrebam današnjih strank.

Diapozitiv 6 - Orodja za samopostrežbo

Samopostrežna orodja podpirajo **neodvisnost strank**. Omogočajo opravljanje dejavnosti, kot so naročanje hrane, rezervacija miz ali prijava v hotel, brez potrebe po vključevanju osebja.

Njihova velika prednost je **hitrost storitve** – skrajšajo čas obdelave naročil in omogočajo hkratno servisiranje številnih strank v realnem času.

Z jasno opredeljenim procesom, na primer prek vmesnikov na dotik, ta orodja zmanjšajo **človeške napake**, kar bistveno izboljša uporabniško izkušnjo.

Intuitivni vmesniki omogočajo enostavno in priročno uporabo, tudi za tiste z omejenim poznavanjem tehnologije. Pogosto ponujajo podporo v več jezikih, kar povečuje njihovo dostopnost.

Diapozitiv 7 - Orodja za samopostrežbo

Personalizacija naročil je še ena prednost – kupci lahko prilagodijo svoje izbire, na primer s spremembo sestavin obroka ali dodajanjem dodatnih možnosti.

Samopostrežna orodja so integrirana z različnimi plačilnimi metodami, vključno s karticami, mobilnimi denarnicami, kot so Apple Pay in Google Pay, za priročno uporabniško izkušnjo.

Razpoložljivost takšnih sistemov je **24 ur na dan, 7 dni v tednu**, kar omogoča strankam, da storitve uporabljajo kadar koli, bodisi prek kioskov, aplikacij ali spletnih mest.

Še več, povečujejo **operativno učinkovitost** tako, da razbremenjujejo zaposlene in jim omogočajo, da se osredotočijo na druge naloge.



Diapozitiv 8 - Orodja za samopostrežbo

Zahvaljujoč **večkanalni podpori** ta orodja delujejo v različnih oblikah – kot kioski, tablični računalniki na mizah, mobilne aplikacije ali prodajni avtomati.

Prav tako imajo potencial za **navzkrižno prodajo**, predlagajo dodatne izdelke ali storitve, ki lahko povečajo vrednost naročila, na primer ponujajo sladico kot prilogo.

Integracija z operacijskimi sistemi, kot so POS, CRM ali skladiščni sistemi, zagotavlja, da je razpoložljivost izdelkov in storitev posodobljena.

Samopostrežna orodja so vsestranska in se lahko uporabljajo v različnih panogah: od gostinstva in gostinstva do zabave in maloprodaje.

Prispevajo tudi k **zmanjšanju obratovalnih stroškov** z zmanjšanjem potrebe po zaposlovanju velikega števila zaposlenih.

Zahvaljujoč možnosti **sledenja in analize podatkov** beležijo želje strank, kar vam omogoča optimizacijo ponudbe in procesov.

Na koncu je treba poudariti, da se ta orodja prilagajajo **sodobnim pričakovanjem kupcev**, zagotavljajo udobje, hitrost in sodobno nakupovalno izkušnjo, kar še posebej cenijo mlajše generacije.

Samopostrežna orodja koristijo tako strankam kot podjetjem, izboljšujejo operativno učinkovitost in izboljšujejo kakovost storitev.

Diapozitiv 9 - Orodja za spletno naročanje

Orodja za spletno naročanje omogočajo **dostopnost prek interneta**, kar strankam omogoča oddajo naročil prek spletnih mest, mobilnih aplikacij in celo platform družbenih medijev.

Ponujajo tudi **možnost prilagajanja ponudbe**, kar vam omogoča personalizacijo naročila – od izbire prelivov, preko odstranjevanja sestavin, do prilagajanja porcij individualnim potrebam.

So vsestranska in podpirajo **različne vrste naročil** – od dostave do prevzema naročil za s seboj, do rezervacij miz ali hrane, naročene na kraju samem pred prihodom.

Druga prednost je, da ta orodja **povečajo prepoznavnost ponudbe**. Z integracijo s priljubljenimi platformami, kot sta Uber Eats in Wolt, lahko restavracije in hoteli dosežejo veliko več strank.

Prav tako je treba poudariti **enostavnost uporabe**. Preprost in intuitiven vmesnik omogoča hitro in priročno oddajo naročil, tudi če nekdo nima veliko izkušenj s tehnologijo.

Diapozitiv 10 - Orodja za spletno naročanje

Možnosti spletnega plačevanja so še ena prednost – podpirajo različne metode, kot so kreditne kartice, PayPal, Apple Pay, Google Pay ali BLIK, kar bistveno olajša postopek plačila.

Ta orodja pogosto ponujajo **funkcijo razporejanja naročil**, tako da lahko stranke načrtujejo naročila za določen čas – še posebej uporabno za skupinske rezervacije ali dogodke.

Obvestila in sledenje naročilom strankam omogočajo, da spremljajo stanje naročila prek SMS-a, e-pošte ali obvestil v aplikaciji.

Po drugi strani **pa samodejne** potrditve odpravljajo potrebo po ročnem stiku z osebjem, kar bistveno pospeši celoten proces.

Ta orodja **se integrirajo s POS in logističnimi sistemi**, kar omogoča samodejno pošiljanje naročil v kuhinjo, upravljanje zalog ali usklajevanje dostav.

Diapozitiv 11 - Orodja za spletno naročanje

Zahvaljujoč **funkciji analize podatkov o strankah** lahko podjetja bolje razumejo želje svojih prejemnikov, učinkoviteje prilagodijo svojo ponudbo in ciljajo promocije.

Podpirajo tudi **promocije in programe zvestobe**, kar omogoča ponujanje popustov, promocijskih kod in točkovnih sistemov, s čimer povečate angažiranost strank.

Njihova **večkanalna razpoložljivost** omogoča naročanje prek različnih kanalov – od namenskih aplikacij do družbenih medijev, kar povečuje udobje za uporabnike.

Poleg tega imajo ta orodja **globalni doseg**. S prevodi in mednarodnimi možnostmi plačila vam omogočajo, da dosežete turiste in stranke zunaj lokalnega trga.

Prav tako odpravljajo problem čakalnih vrst – omogočajo oddajo naročil, ne da bi morali fizično čakati, kar bistveno izboljša udobje strank.

Na koncu je treba poudariti njihovo **operativno podporo**. Optimizirajo postopke javnega naročanja in zmanjšujejo delovno obremenitev osebja, kar ekipi omogoča, da se osredotoči na druge pomembne vidike storitev.

Diapozitiv 12–13 - Avtomatizacija storitev za stranke

Avtomatizacija storitev za stranke temelji na **uporabi tehnologije AI**. Sistemi, kot so chatboti ali virtualni pomočniki, odgovarjajo na vprašanja strank in hitro in učinkovito obdelujejo naročila.

Ena ključnih prednosti je **storitev v realnem času** – stranke lahko takoj dobijo odgovore na svoja vprašanja in oddajo naročila, ne da bi morale čakati.

Zmanjšanje delovne obremenitve osebja je še ena prednost – avtomatizacija preprostih, ponavljajočih se nalog omogoča skupinam, da se osredotočijo na bolj zapletena vprašanja in služijo zahtevnim strankam.

Ta orodja zagotavljajo **večkanalno podporo**, integracijo z e-pošto, spletnimi mesti, mobilnimi aplikacijami, družabnimi mediji, kot sta Messenger in WhatsApp, ter sistemi telefonskih storitev.

Zahvaljujoč analizi podatkov je možno **personalizirati komunikacijo** – sistemi ponujajo personalizirana priporočila in odgovore, prilagojene individualnim željam strank.

Ena največjih prednosti je **razpoložljivost 24/7** – avtomatizirane rešitve delujejo neprekinjeno, povečujejo razpoložljivost storitev in izboljšujejo uporabniško izkušnjo.

Večjezična podpora vam omogoča komunikacijo s strankami iz različnih držav, kar je še posebej uporabno v panogah, kot sta turizem in mednarodna trgovina.

Zahvaljujoč standardizaciji procesov avtomatizacija omogoča **odpravo človeških napak**, kar povečuje kakovost storitev.

Je tudi izjemno **prilagodljiva** rešitev, ki vam omogoča, da hkrati oskrbujete več strank, ne da bi morali povečati število zaposlenih.

Funkcije, kot so **priporočila in nadprodaja**, vam omogočajo, da predlagate dodatne izdelke ali storitve, kar poveča vrednost vaših naročil.

Ta orodja ponujajo tudi **samodejne posodobitve**, ki stranke v realnem času obveščajo o stanju njihovega naročila, rezervacije ali spremembah ponudbe.

Z enostavno **integracijo z drugimi sistemi**, kot so CRM, PMS in POS, ta orodja poenostavijo operacije in poročanje.

Avtomatizacija storitev za stranke vam omogoča tudi **zmanjšanje operativnih stroškov** z zmanjšanjem stroškov najema in usposabljanja osebja.

Zagotavlja tudi dosledno visoko raven storitev, kar vodi k **izboljšanju kakovosti storitev** in večjemu zadovoljstvu strank.

Z **analitiko in poročanjem** lahko podjetja zbirajo podatke o željah strank in uspešnosti storitev, kar jim omogoča optimizacijo procesov.

Zadnja pomembna značilnost je **podpora za glasovne sisteme**, kot so Amazon Alexa, Google Assistant ali Siri, ki vam omogočajo obdelavo naročil z glasom.

Diapozitiv 14 - Sistemi za upravljanje operacij in integracije

Sistemi za upravljanje operacij in integracijo igrajo ključno vlogo v sodobnih poslovnih procesih.

Za začetek ti sistemi ponujajo **zaledno podporo**. Avtomatizirajo in racionalizirajo dejavnosti, kot so sprejemanje naročil, upravljanje zalog in dokončanje plačil, kar bistveno poveča operativno učinkovitost.

Ena od njihovih glavnih prednosti je **integracija z drugimi sistemi**. Lahko se povežejo s sistemi za upravljanje hotelov, tj. PMS, prodajnim mestom (POS), kot tudi skladiščnimi ali logističnimi sistemi, kar zagotavlja nemoteno izmenjavo podatkov po celotni organizaciji.

Druga pomembna funkcija je **napredno poročanje in analitika**. Ustvarjajo podrobna poročila o operativni uspešnosti, željah strank, prodajni uspešnosti in tržnih trendih za podporo strateškemu odločanju.

Ti sistemi centralizirajo **upravljanje naročil** iz različnih kanalov, kot so spletne, offline ali mobilne aplikacije. Zaradi tega je organizacija dela bolj urejena in pregledna.

Še en vidik je obdelava plačil in izdajanje računov – ti sistemi omogočajo samodejno izdajanje računov in plačevanje z različnimi metodami, vključno s karticami, mobilnimi denarnicami ali nakazili.

Omogočajo tudi optimizacijo **delovanja**. Spremljanje procesov, kot so priprava naročil, upravljanje dobave in načrtovanje kadrovskega izmen, pomaga izboljšati učinkovitost in zmanjšati stroške.

Uporaba algoritmov umetne inteligence omogoča **napovedovanje povpraševanja**. Analiza zgodovinskih podatkov vam omogoča napovedovanje potreb v smislu zalog, prodaje ali načrtovanja dela ekip.

Diapozitiv 15 - Sistemi za upravljanje operacij in integracije

Upravljanje zalog je **pomemben element**, ki olajša nadzor nad zalogami in samodejno naročanje manjkajočih izdelkov.

Za te sisteme je značilna tudi **razširljivost** – lahko jih prilagodimo potrebam tako malih podjetij kot velikih podjetij, zaradi česar so vsestranska orodja.

Podpirajo tudi **več lokacij**, kar vam omogoča centralno upravljanje operacij na različnih POS ali lokacijah hkrati.

Avtomatizacija procesov vam omogoča **zmanjšanje operativnih stroškov**, zmanjšanje napak in zmanjšanje stroškov upravljanja operacij.

Prav tako povečuje **delovno učinkovitost**, saj lahko osebje zahvaljujoč integriranim orodjem hitreje in učinkoviteje obdeluje naročila.

Pomemben vidik je **varnost podatkov**, ki jo zagotavljajo vgrajeni sistemi zaščite, kot so šifriranje plačil in skladnost s predpisi, kot sta GDPR ali PCI DSS.

Personalizacija in storitev za stranke sta še dve prednosti – CRM sistemi vam omogočajo, da na podlagi zbranih podatkov prilagodite storitve individualnim potrebam strank.

Mobilna združljivost pomeni, da je operacije mogoče upravljati kjer koli z uporabo aplikacije.

Za mednarodna podjetja so **pomembne večjezične in večvalutne funkcije**, ki vam omogočajo, da postrežete goste iz različnih držav.

Primeri takih sistemov so:

- **POS sistemi**
- **Hotelski sistemi**
- **Računi in plačilni sistemi**
- **Analitični sistemi**
- **AI za napovedovanje povpraševanja**

Ti sistemi so ključnega pomena za učinkovito upravljanje operacij, izboljšanje uporabniške izkušnje in povečanje dobičkonosnosti poslovanja.

Diapozitiv 16 – Chatbot za restavracije

Obseg možnih storitev, ki jih ponuja chatbot, je zelo širok. Najprej vam omogoča, **da naročite hrano in spremljate njeno stanje** – kupci lahko enostavno preverijo, v kateri fazi je njihovo naročilo.

Ponuja tudi funkcijo **pogostih vprašanj**, ki zagotavlja informacije o razpoložljivih možnostih storitev za stranke, kot so odpiralni čas in podrobnosti ponudbe.

Omogoča tudi **rezervacije**, kar je izjemno priročno tako za posamezne stranke kot za skupine.

Druga naloga chatbotaje **zagotoviti postopke nadzora kakovosti hrane** in prejeti povratne informacije o prejšnjih dobavah. Zahvaljujoč temu lahko restavracije nenehno izboljšujejo kakovost svojih storitev.

Chatbot ima možnost iskanja **vzorcev in podobnosti**, kar mu omogoča boljše razumevanje preferenc strank.

Poleg tega lahko **primerja želene izbire strank z drugimi predlogi** in ponuja najbolj natančna priporočila.

Na koncu je treba omeniti, da chatbot analizira **zgodbino naročil in povratne informacije strank**, da zagotovi **najbolj prilagojene obroke**, prilagojene individualnim okusom in potrebam.

S takšnimi funkcijami chatbot v restavraciji izboljša kakovost storitev, poveča zadovoljstvo strank in poenostavi operativne procese.

Diapozitiv 17 - Trg umetne inteligence (UI)

Po napovedih **bo velikost trga UI za hrano in pijačo leta 2024 dosegla 9,68 milijarde dolarjev** in do leta 2029 narasla na **impresivnih 48,99 milijarde dolarjev**. To predstavlja sestavljeno letno stopnjo rasti v višini **38,30 %** v obravnavanem obdobju.

Tako hitro rast poganjajo **spreminjajoče se potrebe potrošnikov**, ki pričakujejo hitre, cenovno dostopne in lahko dostopne prehranske možnosti.

V odgovor na te trende **se največja podjetja v živilski industriji** vse bolj obračajo k rešitvam, ki temeljijo na umetni inteligenci. Te tehnologije lahko izboljšajo **različne vidike proizvodnih in distribucijskih procesov**, prispevajo k večji učinkovitosti in boljšemu prilagajanju ponudbe potrebam kupcev.

Umetna inteligenca postaja ključni element prihodnosti industrije hrane in pijače, ki pospešuje njen razvoj in prilagajanje tržnim pričakovanjem.

Diapozitiv 18 - Trg umetne inteligence

Po napovedih **bo trg chatbotov leta 2024 vreden 7,01 milijarde dolarjev**, do leta 2029 pa bo narasel na **impresivnih 20,81 milijarde dolarjev**. To predstavlja dinamično rast pri sestavljeni sestavljeni stopnji rasti (CAGR) **24,32%**.

Ta razvoj poganjata dva ključna dejavnika: **naraščajoče povpraševanje po aplikacijah za pošiljanje sporočil** in sprejetje **potrošniške analitike**, ki kažejo pomembno vlogo chatbotov v digitalnem svetu.

Še več, chatboti, zlasti tisti, ki so specializirani za področja, kot je **naročanje hrane**, postajajo sestavni del sodobne digitalne in maloprodajne krajine, ki podpirajo rast podjetij in njihovih odnosov s strankami.

Trg chatbotov ima pred seboj vznemirljivo prihodnost, ki se odziva na spreminjajoče se potrebe potrošnikov in se prilagaja sodobni tehnološki realnosti.

Diapozitiv 19 - Predvidena stopnja rasti trga klepetalnikov po regijah do leta 2029

Zemljevid prikazuje temnejše obarvane regije, kot je Azija, z visokimi **stopnjami rasti**. Dinamična rast na teh področjih je posledica velikega števila prebivalcev, vse večje uporabe digitalnih tehnologij in hitro rastočega trga e-trgovine.

Svetlejšje osenčene regije, kot sta Evropa in Severna Amerika, kažejo **na povprečno rast**, ki jo poganja zrelost trgov in široko sprejetje chatbotov v panogah, kot so maloprodaja, finančne storitve in gostinske storitve.

Nasprotno pa imajo najsvetlejšje regije **nižje stopnje rasti**, kar je lahko posledica tehnoloških omejitev ali nižjih stopenj uvajanja inovacij.

Skratka, trg chatbotov raste z različno hitrostjo, odvisno od regije, vendar njegov potencial rasti ostaja globalen in obetaven.

Diapozitiv 20 - Uporaba mobilnih aplikacij, povezanih z zavrženo hrano

Uporaba mobilnih aplikacij, ki so namenjene zmanjšanju živilskih odpadkov, je povezana z več pomembnimi dejavniki. Po eni strani nanje vpliva vedenje potrošnikov do živilskih odpadkov, ki vključuje vidike, kot so živilska neofobija (nenaklonjenost preizkušanju novih ali



nenavadnih živil), moralni odnos do odpadkov ter znanje o konzerviranju in shranjevanju hrane. Ljudje, ki so bolj ozavešeni na teh področjih, pogosteje uporabljajo takšne aplikacije. Po drugi strani pa je želja po uporabi mobilnih aplikacij posledica dejavnikov, povezanih z zaznano vrednostjo samega orodja. Med njimi so ključne: **Zaznana uporabnost** – to je, v kolikšni meri se aplikacija dojema kot koristna v vsakdanjem življenju in pri zmanjševanju odpadkov.

Zaznana enostavnost uporabe – ali je aplikacija preprosta za uporabo, intuitivna in dostopna uporabnikom z različnimi stopnjami tehnoloških veščin.

Zaznano tveganje – povezano s pomisleki glede uporabe aplikacije, na primer v okviru varstva osebnih podatkov ali tveganjem napak pri delovanju aplikacije.

Vsi ti elementi skupaj vplivajo na odločitev potrošnikov za uporabo mobilnih aplikacij, ki podpirajo bolj trajnosten pristop k hrani in zmanjšujejo živilske odpadke.

Diapozitiv 21 - Aktivne mobilne aplikacije za zavrženo hrano po letu ustanovitve

Analiza števila aktivnih mobilnih aplikacij, povezanih z zmanjševanjem živilskih odpadkov v posameznih letih, kaže, da se je njihovo število bistveno spremenilo. Leta 2011 je bilo 5 tovrstnih aplikacij, v letu 2012 pa se je to število zmanjšalo na 2. Sledila je dinamična rast – v letu 2013 je število aplikacij znašalo 8, in doseglo maksimum v obdobju 2014-2015, ko je bilo po 11 aplikacij.

Po letu 2015 je bil opazen očiten upad zanimanja za postavitve novih tovrstnih aplikacij. V letu 2017 se je število aktivnih aplikacij zmanjšalo na 7, v letu 2019 pa še bolj – na 5.

Ti podatki kažejo, da je razvoj aplikacij za živilske odpadke dosegel vrhunec sredi prejšnjega desetletja, čemur je sledila upočasnitev. To je posledica pandemije Covid19.

Diapozitiv 22 - Mobilne aplikacije v verigi preskrbe s hrano

Mobilne aplikacije, ki podpirajo verigo preskrbe s hrano, se razvijajo po vsem svetu, vendar se njihova distribucija razlikuje glede na regijo.

V afriški regiji sta bili zasledeni 2 aplikaciji - po ena v Gani in Južni Afriki. V Aziji delujejo 4 aplikacije. Večina jih je v Indiji (2), po ena pa v Singapurju in Južni Koreji. Evropa je vodilna po številu aplikacij, s skupno 37-imi. Največ aplikacij je imela Italija (10), sledita ji Nemčija (7) in Francija (6). V drugih državah, kot so Nizozemska, Španija, Švedska, Švica, Velika Britanija ali Norveška, tudi obstajajo tuposamezne aplikacije. V severnoameriški regiji je bilo registriranih 15 aplikacij. Večina jih deluje v ZDA (12), ostale pa v Kanadi (3). V Južni Ameriki je bila zabeležena samo ena aplikacija, v Braziliji. Evropa je vodilna po številu aplikacij, ki podpirajo verigo preskrbe s hrano, saj evropske aplikacije predstavljajo več kot polovico vseh vlog na svetu.

Diapozitiv 23 - Primeri mobilnih aplikacij za varčevanje s hrano

Današnje mobilne aplikacije igrajo ključno vlogo pri zmanjševanju živilskih odpadkov, saj uporabnikom ponujajo različne funkcije, kot so upravljanje izdelkov v hladilniku, razdeljevanje presežne hrane in nakup hrane po znižanih cenah. Tukaj je nekaj primerov teh aplikacij:

1. **Too Good To Go** – ena izmed najbolj priljubljenih aplikacij, ki uporabnikom omogoča nakup presežne hrane v restavracijah, pekarnah in trgovinah po znižanih cenah, hkrati pa zmanjšuje odpadke.

2. **Eco dal Frigo** – aplikacija, ki vam pomaga upravljati živila v hladilniku in vas spomni na njihov rok uporabnosti.
3. **Eat You Later** – platforma, ki vam omogoča, da poiščete in kupite hrano, ki se bliža datumu izteka roka uporabnosti, po privlačnih cenah.
4. **No Food Waste** – aplikacija, osredotočena na distribucijo presežne hrane tistim, ki jo potrebujejo, hkrati pa zmanjšuje izgube v dobavni verigi.
5. **Bring the Food** – orodje, ki podpira darovanje presežne hrane, tako na individualni kot organizacijski ravni, ki podpira lokalne skupnosti.
6. **Regusto** – aplikacija, ki vam omogoča nakup presežne hrane od proizvajalcev in trgovcev na drobno, zmanjšanje odpadkov in spodbujanje trajnosti.

Vsaka od teh aplikacij prispeva k zmanjšanju živilskih odpadkov na različnih stopnjah njene uporabe in distribucije ter spodbuja odgovornejši pristop k virom.

Diapozitiv 24 – Hvala!

