

финансовом секторе. Таким образом, планируется усилить конкуренцию на рынке мобильных онлайн-платежей за счет выхода на рынок технологических компаний.

Таким образом, использование инновационных банковских услуг помогает существенно повышать конкурентоспособность банков путем гибкого их взаимодействия с клиентами, большим охватом целевой аудитории, индивидуального подхода к каждому клиенту, скоростью обслуживания, что, несомненно, оказывает влияние на надежность и имидж банка, формирование лояльности клиентов, что, в свою очередь, увеличивает прибыль банка.

Список использованной литературы

1. Gartner Reveals Top Predictions for IT Organizations and Users in 2018 and Beyond [Electronic resource] // Gartner. – Mode of Access : <http://www.gartner.com/newsroom/id/3482117>. – Date of Access : 10.02.2020.
2. Милешкина, Н. Технологии финансовых услуг в 2020 году и в дальнейшем: революционные перемены [Электронный ресурс] / Н. Милешкина // PWC. – 2021. – Режим доступа : https://www.pwc.ru/ru/banking/publications/FinTech2020_Rus.pdf. – Дата доступа : 05.02.2021.
3. Sound practices: fintech implications for banks and supervisors [Electronic resource] // Basel Committee on Banking Supervision. – Mode of Access : <https://www.bankingtech.com/2019/02/sound-practices-fintech-implications-for-banks-and-supervisors/>. – Date of Access : 04.02.2021.
4. О развитии цифровых банковских технологий : Указ Президента Республики Беларусь, 1 дек. 2015 г., № 478 [Электронный ресурс] // Белорусский правовой портал. – Минск, 2016. – Режим доступа : <http://www.pravoby.info/bel/01/159.htm>. – Дата доступа : 14.02.2021.

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

И.Н.Турганов,
студент кафедры «Индустрии питания
и товарной экспертизы»
ДКГИПТ и Б (филиал) МГУТУ,
г.Ростов-на-Дону,Россия
gosha-sonin@mail.ru

Л.Н. Коробова,
к.б.н., доцент кафедры
«Индустрии питания»

Аннотация. В настоящее время актуальность внедрения цифровизации в сфере общественного питания приобретает все большее значение как важный фактор повышения конкурентоспособности предприятия. В предлагаемой статье приведены результаты исследования 15 предприятий индустрии питания с полной формой обслуживания – ресторанов и кафе, расположенных в центральной части города Ростова-на-Дону. Оценивали такие показатели внедрения цифровизации обслуживания посетителей, как наличие цифрового меню, интерактивных столов, мобильного приложения, собственного сайта, бесплатного доступа в Интернет по Wi-Fi для клиентов, электронных платежей, социальных медиа, доставки еды по заказу через Интернет. Обсуждается динамика и перспективы внедрения цифровизации на рынке индустрии питания, значение цифровизации для увеличения инвестиционной привлекательности этой отрасли экономики.

Ключевые слова. Внедрение цифровизации, сфера общественного питания, рестораны и кафе, обслуживание посетителей, новые форматы цифровых технологий, конкурентоспособность.

INTRODUCTION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE FOOD INDUSTRY AS A FACTOR OF INCREASING COMPETITIVENESS

Abstract. Currently, the relevance of the introduction of digitalization in the field of public catering is becoming increasingly important as an important factor in improving the competitiveness of the enterprise. The article presents the results of a study of 15 food industry enterprises with a full service - restaurants and cafes located in the central part of Rostov-on-Don city. The evaluation included such indicators of the implementation of digitalization of customer service as the availability of a digital menu, interactive tables, a mobile application, its own website, free Internet access via Wi-Fi for customers, electronic payments, social media, and food delivery to order via the Internet. The article discusses the dynamics and prospects for the introduction of digitalization in the food industry market, the importance of digitalization for increasing the investment attractiveness of this sector of the economy.

Kew words. Introduction of digitalization, public catering, restaurants and cafes, customer service, new formats of digital technologies, competitiveness.

Быстродействие и универсальность сделали IT-технологии востребованными и в общественном питании, а не только в науке и производстве. Предоставление услуг общественного питания с помощью

Интернета позволяет ускорять процедуру в несколько раз по сравнению с традиционными видами обслуживания. Отрасли, активно использующие цифровые технологии, развиваются в 2 раза быстрее, чем в среднем по экономике.

По результатам социологических исследований, на принятие решения воспользоваться услугами Интернет-ресурсов в общественном питании, респонденты отметили влияние следующих факторов: более низкие цены (41%); быстрая и налаженная доставка товара (35%); удобная и безопасная система оплаты (35%). Респонденты, пользующиеся услугами предприятия общественного питания в Сети, назвали главным преимуществом такой системы обслуживания экономию времени (74%). Основным недостаток покупки товаров через Интернет, отмеченный практически половиной респондентов (45%), — это недостаточная информация об услуге и товаре.

Интернет-рестораны и кафе, формируют ассортимент из позиций компаний-партнеров, поэтому потребителю предлагается более широкий ассортимент продукции, чем в традиционном формате услуги.

Во всем мире отмечено стремление к качественному и дешевому обслуживанию как можно большего количества клиентов с покрытием всех расходов и получением прибыли. Ресторанный рынок видоизменяется, разрабатываются специальные предложения, новые форматы заведений. Анализ рынка общественного питания показал его стремительное обновление и развитие, появление новых продуктов и технологий, требующих соответствующего инновационного оборудования, новых форм обслуживания, новых подходов к управлению персоналом для эффективного менеджмента.

Существует 3 основных направления, в которых использование цифровых технологий в ресторанном бизнесе является наиболее актуальным: повышение точности заказа, использование интерактивных столов с дополнительными возможностями и работа с социальными медиа[1].

В этой связи представляло интерес исследовать соответствие предприятий общественного питания – ресторанов и кафе – с полной формой обслуживания в городе Ростове-на-Дону современным подходам к организации деятельности предприятия общественного питания. Объектами исследования были выбраны 15 предприятий индустрии питания, расположенных в центральной части города: 12 ресторанов и 3 кафе с полной формой обслуживания. Оценивали такие показатели внедрения цифровизации обслуживания посетителей, как наличие цифрового меню, интерактивных столов, мобильного приложения, собственного сайта, бесплатного доступа в Интернет по Wi-Fi для клиентов, электронных платежей, социальных медиа, доставки еды по заказу через Интернет.

По направлению повышение точности заказа, к примеру, с помощью планшета iPad, выполняющего функцию цифрового меню, посетители могут

сделать заказ, не прибегая к помощи официантов; установленное приложение не только отправит заказ на кухню, но и в процессе его составления будет подсказывать посетителям наиболее актуальные для них позиции и поможет подобрать вино к выбранным блюдам [1].

По критерию цифровизации обслуживания посетителей непосредственно в заведении с помощью планшета с функцией цифрового меню или интерактивных столов, результаты исследования показали отсутствие такой формы работы с клиентами во всех 15 обследованных ресторанах и кафе в центральной части города. Действующие мобильные приложения отмечены в 13 из 15 объектов (87%). Бесплатный доступ в Интернет по Wi-Fi предлагают свои гостям только рестораны – это 80% обследованных объектов. Имеют собственные сайты и практикуют электронные платежи все 15 предприятий индустрии питания, подлежащие исследованию. Цифровизация по направлению социальные медиа реализовывалась через доступ посетителей к соцсетям ВКонтакте, Facebook и Instagram в заведении общественного питания в 80% объектов на момент исследования.

Тренд доставки еды с заказом через Интернет стал как никогда актуален в 2020 и 2021 году в связи с коронавирусными ограничениями для многих предприятий общественного питания. Сервис доставки позволил заведениям выжить в сложных экономических условиях. Такую услугу предоставляют в настоящее время 73% предприятий индустрии питания из числа объектов исследования. Для некоторых заведений доставка еды нерентабельна по причине отсутствия собственных курьеров, а услуги деливери-агрегаторов — «Delivery Club» и «Яндекс.Еда» не окупаются.

Внедрение цифровых технологий также стимулирует рост доставки. В 2018г через сайты и спецпредложения было сделано более 55% заказов, остальные – на телефонные звонки [2]. В 2020 году из-за карантинных ограничений рынок экспресс-доставки по заказу через Интернет продуктов собственного производства вырос в 4 раза, и в 2021-м остался самым важным и актуальным трендом[3]. Помимо доставки из обычных заведений, растет число заказов из «виртуальных» ресторанов, которые не принимают офлайн-гостей и готовят исключительно для доставки. Формат ресторанов без залов, работающих на доставку, или «dark kitchen», показал в этом году стабильный рост [2]. По прогнозам аналитиков, активный рост продолжится и в будущем — в среднем на 9,8% — до 2026 года[4]. Таким образом, автоматизация процессов, безопасность и упрощение доставки выходят на первый план для участников рынка доставки еды.

Пандемия увеличила спрос на использование приложений по доставке готовой еды и продуктов. Во втором квартале 2020 года 54% российских пользователей скачали, как минимум, одно приложение для онлайн-покупок, 42% опрошенных используют приложения по доставке еды несколько раз в неделю, 24% — раз в неделю, 14% — несколько раз в день [1].

В России с помощью голосового помощника «Алиса» можно заказать еду из пиццерии «Папа Джонс» и кулинарию из «Азбуки вкуса». В Москве запущено приложение Skipz — сервис, позволяющий водителям заказывать и получать блюда из ресторанов, не выходя из машины [4].

Внедрение QR-кодов в сферу индустрии питания служит не только для маркировки товара, но также помогает информировать клиентов о программах лояльности, проводимых мероприятиях, акциях и организовывать обратную связь.

Важнейшим фактором повышения конкурентоспособности услуг предприятий общественного питания является высокое качество продукции и сервиса, скорость обслуживания и его организация. Повышение уровня квалификации кадров выступает одной из ключевых задач в решении вопросов инновационной политики любого предприятия. В этой связи особую ценность представляют работники со знанием новых информационных и коммуникационных технологий.

Предприятия индустрии питания, оперативно внедряющие цифровые технологии в практику заведения, получают существенное конкурентное преимущество. Кроме того, повышение прозрачности бизнеса в сфере общественного питания с помощью цифровизации увеличивает инвестиционную привлекательность этой отрасли экономики.

Список использованной литературы

1. Бацына, Я.В. Использование и перспективы цифровых технологий в ресторанном бизнесе [Электронный ресурс] / Я.В.Бацына // Журн. Вестн. Алтайс. акад. экономики и права. – 2019. – № 4 – Режим доступа: <http://www.vaael.ru/ru/article/view?id=399>. – Дата доступа: 15.01.2021.
2. Регионы набирают вес. Анализ рынка фуд-сервиса. Аналитика. // Ресторанные ведомости. – 2019. – № 4. – С.14-16.
3. Дехтярь, А. Российский рынок доставки готовой еды и продуктов бьет рекорды: итоги 2020 года [Электронный ресурс] / А.Дехтярь // Rusbase: сетевое издание RB.RU – Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/russian-delivery-market-2020/> – Дата доступа: 15.01.2021.
4. Силивейстр, В.ТОП-13 трендов в ресторанном бизнесе в 2021 году [Электронный ресурс] / В. Силивейстр // Poster: система автоматизации ресторанного бизнеса – Режим доступа: https://joinposter.com/post/restaurant-trends#header_11. / – Дата доступа: 16.01.2021.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ МУЗЕЙНОГО ПРОСТРАНСТВА

Е.А. Кривошеева,
студент экономического факультета
БГУ, г. Минск,
kryvasheeva@gmail.com