

ВЛИЯНИЕ ИТ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Неуен Б. К. М. ¹, студент гр.053503

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники¹
г. Минск, Республика Беларусь*

Марков А. Н. – старший преподаватель кафедры информатики

Аннотация. Данная тема исследует воздействие современных ИТ-технологий на функционирование и развитие ресторанного бизнеса. Рассматривается трансформация различных аспектов ресторана от обслуживания клиентов до маркетинга. Анализируются последствия внедрения ИТ-решений как для бизнеса, так и для клиентов, а также выявляются вызовы и возможности, с которыми сталкиваются предприниматели в процессе трансформации ресторанного бизнеса.

Ключевые слова. ИТ-технологии, трансформация, ресторанный бизнес, автоматизация, оптимизация, продвижение, конкуренция.

Введение. Важной сферой индустрии гостеприимства являются рестораны. Этот сектор промышленности не только испытал на себе серьезные последствия карантинных мер, но и стал свидетелем развития цифровых технологий. Как известно из опыта других отраслей, цифровая трансформация одинаково влияет на продукты, процессы и бизнес-модели. Отталкиваясь от классического разграничения процессов в ресторане на вход и за его пределами, в этой статье представлен обзор текущих событий в ресторанной индустрии, основанный на анализе современных цифровых сервисов, это имеет некоторые последствия для будущих направлений. [1]

Цифровая трансформация меняет все аспекты работы ресторанов, от управления персоналом и запасами до обслуживания клиентов и маркетинга.

Основная часть. Трансформация аспектов ресторанного бизнеса. Внедрение современных информационных технологий в ресторанный бизнес подразумевает повышение эффективности работы бизнеса за счет оптимизации и автоматизации бизнес-процессов, что способствует увеличению дохода, конкурентоспособности и лояльности клиентов.

Не для кого не секрет, что на уже сейчас человек не сравнится с компьютером по скорости сбора и обработки информации. Зато цифровизация позволит ему избавиться от этой рутины, чтобы анализировать полученные данные и принимать важные управленческие решения.

В основе цифровизации лежит аналитика данных. Это процесс, при котором полученные данные можно преобразовать в полезные для бизнеса знания, которые потом можно использовать.[2]

Управление запасами. Управление запасами в ресторанном бизнесе является ключевым аспектом успешной эксплуатации. Правильно настроенная система управления запасами помогает ресторанам не только удовлетворять потребности своих клиентов, но и оптимизировать затраты и повышать эффективность бизнеса в целом.

Одним из ключевых преимуществ системы управления запасами является способность точно прогнозировать потребности в продуктах на основе данных о продажах и потребительском спросе. Автоматизированные инструменты позволяют рестораторам анализировать данные о продажах, учитывать предпочтения клиентов, чтобы определить оптимальное количество продукции для заказа. Такой подход минимизирует риск недостатка или избытка товаров на складе, что в конечном итоге снижает потери и увеличивает прибыль.

Более того, система управления запасами позволяет рестораторам эффективно управлять сроками годности продуктов. Система может автоматически отслеживать даты истечения срока годности продуктов на складе и предупреждать о необходимости использовать их до этой даты. Это помогает предотвратить потери из-за испорченных товаров и снижает риски, связанные с нарушением санитарных стандартов.

Анализ данных, собранных с помощью системы управления запасами, может дать не только ценные инсайты о предпочтениях клиентов, но и оценку эффективности меню. Рестораторы могут отслеживать, какие блюда пользуются наибольшим спросом, и на основе этой информации корректировать меню, добавляя новые позиции или убирая менее востребованные блюда. Это помогает улучшить качество обслуживания и удовлетворить требования клиентов.

Примерами таких ПО являются *Craftable*, *MarketMan*, *Apicbase* и тд.

На рисунке 1 представлена работа программы *Craftable*.

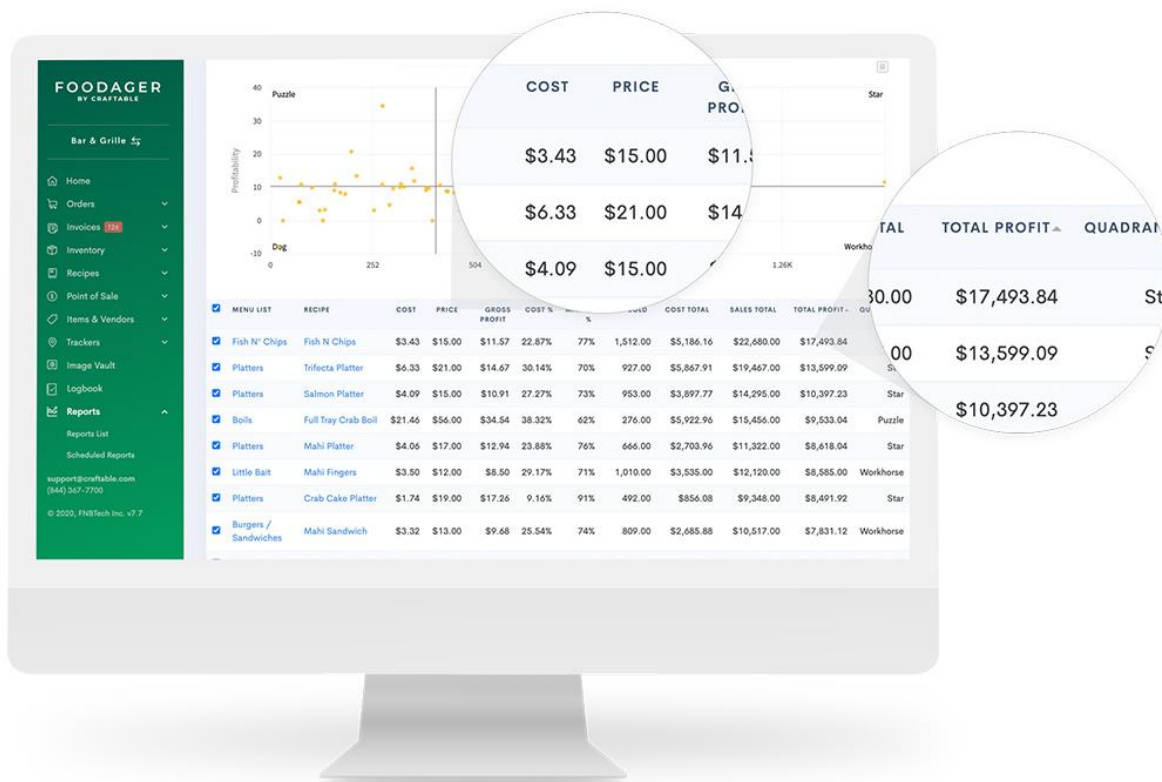


Рисунок 1 – Отчетность по блюдам приложения Craftable

Рисунок 1 отображает то, как система анализирует и делает оценку эффективности меню.

В целом, система управления запасами является неотъемлемой частью успешного ресторанного бизнеса, обеспечивая эффективное планирование, контроль и анализ запасов продукции. Рестораторы, основываясь на данных, полученных с помощью этой системы, могут принимать обоснованные решения, направленные на оптимизацию операций и улучшение общего финансового положения своего предприятия.

Обслуживание клиентов и доставки еды. С появлением ИТ-технологий, клиенты стали все более требовательны к удобству и доступности услуг. Люди ценят свое время и чтобы не тратить его – люди начинают пользоваться доставкой еды или онлайн-заказом, экономя время на приготовления еды дома или посещения заведения.

Доставка еды давала клиентам следующие плюсы:

- получение желаемой еды, не выходя из дома;
- получение одновременно несколько блюд из разных заведений;
- получение готовой еды в любое время суток.

И для того, чтобы быть конкурентоспособным на рынке еды (питания) – рестораны и кафе начали активно использовать различные стратегии и инструменты, включая услуги доставки еды.

Преимущества, которые получал ресторан от онлайн-заказа на еду:

- увеличения объема продаж (особенно в праздники);
- повышения лояльности клиентов к заведению (увеличение числа постоянных клиентов);
- увеличение числа новых клиентов, которые предпочитают только заказывать еду на дом или в офис;

- узнаваемость заведения.

Однако, во время пандемии 2020 года, когда онлайн-заказы и доставка еды не были сильно развиты, происходил кризис ресторанного бизнеса в связи с локдаунами и ограничениями. Закрытие ресторанов и ограничения на передвижения людей привели к резкому росту спроса на доставку еды (примерно увеличился на 26% по сравнению с 2019 годом в РБ), поскольку доставка еды была единственной возможностью для людей получать готовые блюда и единственной возможностью для заведения продолжать работать и зарабатывать деньги хоть и в меньшем количестве чем до начала пандемии. [3, 4]

График изменения объема выручки от онлайн-доставки еды в Республике Беларусь представлен на рисунке 2.



Рисунок 2 – Выручка от доставок еды в РБ

По прогнозам, выручка рынка доставки еды в Беларуси в 2024 году достигнет 4,8 млн долларов США. Ожидается, что ежегодный темп роста (CAGR 2024-2028) составит 7,96%, в результате чего прогнозируемый объем рынка составит 6,52 млн долларов США к 2028 году. Рынок доставки еды в Беларуси испытывает резкий рост спроса из-за растущего городского населения и напряженного образа жизни его жителей. [6]

Охватывая весь мир, то объем доставки еды к концу 2023 года достиг 1,02 трлн долларов США. Ожидается, что за последующие 4 года этот объем увеличится до 1,65 трлн долларов США. Данные показатели лишь утверждают ключевую роль онлайн-заказов и доставок еды для ресторанного бизнеса. [5]

В следствии пандемии на рынок вышли такие гиганты как Яндекс.Еда, Delivery Club и тд.

Конкуренция начала возрастать, что побуждала заведениям адаптироваться к новым условиям и развивать свои сервисы доставки, особенно заведения из других городов, которые не обладали сервисами Яндекс и Delivery. Стали популярны разработки мобильного приложения и веб-платформы, позволяющие клиентам легко выбирать блюда, оплачивать заказы и отслеживать статус заказа. Собственные приложения позволяли ресторанам больше взаимодействовать с клиентами, проводить акции и увеличивать их лояльность, что делало заведение более конкурентоспособным и стимулировало клиентов выбрать именно данное заведение.

Сейчас, когда сильно развивается искусственный интеллект, появились бесконтактные доставки и бесконтактное обслуживание клиентов в заведениях. Данные технологии позволяют снизить затраты заведений на персонал, однако им могут пригодиться дополнительные расходы на оборудование и ПО и есть риск что система роботов может выйти из строя негативно сказаться на работе заведения.

По вопросу обслуживания стоит упомянуть про разработку системы, позволяющей официантам записывать заказ каждого посетителя индивидуально с помощью их мобильных телефонов. После этого заказ автоматически отправляется на монитор шеф-поварам, где они смогут ориентироваться по готовности блюда и не теряться в заказе, тем самым не сбивая темп работы кухни, как это могло быть при бумажных записях. По завершении употребления пищи клиентами – счет прописывается каждому индивидуально, что особенно удобно для компании друзей, которые бы не хотели сами высчитывать суммы «кто сколько должен». Оплата может быть произведена как наличными, так и бесконтактными методами в виде QR-кода или считывателя бесконтактных карт. Внедрение бесконтактных технологий было обусловлено пандемией, чтобы уменьшить воздействие клиентов на персонал и наоборот. Такой подход приобретает все большую популярность, по причине того, что люди стали меньше носить бумажные деньги и за всё расплачиваться картой.

Однако, в последнее время выросла тенденция оплаты через мобильные приложения. Это удобно в виду того, что у каждого человека всегда находится смартфон под рукой. Возможность оплаты через мобильные приложения и бесконтактного расчета обеспечивает удобство и быстроту транзакции, а также позволяет людям не носить с собой кошелек.

Времена ручек, бумаги и старинных кассовых аппаратов давно прошли. Современные POS-технологии помогают ресторанам обеспечивать лучшее обслуживание клиентов и одновременно справляться с многочисленными проблемами, связанными с работой ресторанов. И чтобы оставаться в тренде и соответствовать ожиданиям общества – ресторанах необходимо адаптироваться к новым правилам общества.

На рисунке 3 представлена доля безналичных платежей за 2019 год в РФ.

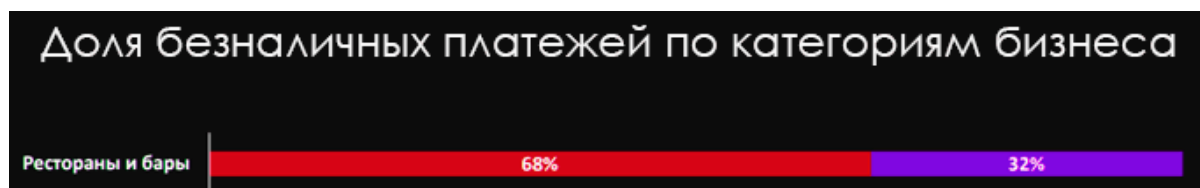


Рисунок 3 – Соотношение безналичных (красное) платежей к наличным (фиолетовое)

Маркетинг. Говоря об информационных технологиях, никак нельзя обойти социальные сети, которые охватывают почти все население Земли. Социальные сети на сегодняшний день играют ключевую роль в современном обществе. С каждым днём всё больше и больше людей не просто общаются в социальных сетях, но и делятся профессионализмом, советами, проводятся разные курсы по продаже, покупке товаров, продвижению своих собственных интернет-ресурсов и т.д.

Ежедневно социальные сети посещают около 45% всех людей, что подчеркивает их значимость и влияние на поведение и предпочтения потребителей. На сегодняшний день социальные сети применяют во многих сферах, самые популярные из них это: ВКонтакте (популярная в России и странах СНГ), Одноклассники (специализируется на общении между одноклассниками и друзьями), Instagram (платформа для визуального контента, такого как фотографии и видео), Facebook (одна из крупнейших социальных сетей), Twitter, TikTok (приложение для создания и просмотра коротких видео). На сегодняшний день социальные сети – это как огромный бизнес, который растёт каждый день и приносит всё больше и больше прибыли их владельцам.

Для привлечения внимания клиентов уже не выгодно просто подавать флаера на улице, а приходится делать контент и продвигать свое заведение в социальных сетях, где за счет реклам и продвижений о заведении могут узнать все больше и больше людей. К 2024 году сильнее стал развиваться smm (социальное медиа-маркетинг), где специалисты снимают контент о продукте и выкладывают в соц-сети, такие как Instagram и TikTok. Такой способ продвижения помогает заведениям держать связь с клиентами, наращивать больше новых посетителей. Пример: посидев в TikTok, человек наткнулся на видео о неизвестном ранее заведении, его впечатлил интерьер самого заведения, какие блюда там подают и какие акции происходят в данном заведении. После чего он делится данным видео с друзьями или близкими, привлекая все больше внимание к заведению. Как итог, ресторан уже имеет потенциально несколько новых клиентов, которые рассматривают их к посещению.

Для наглядности на рисунке 4 представлена доли сегментов рекламного рынка РБ.

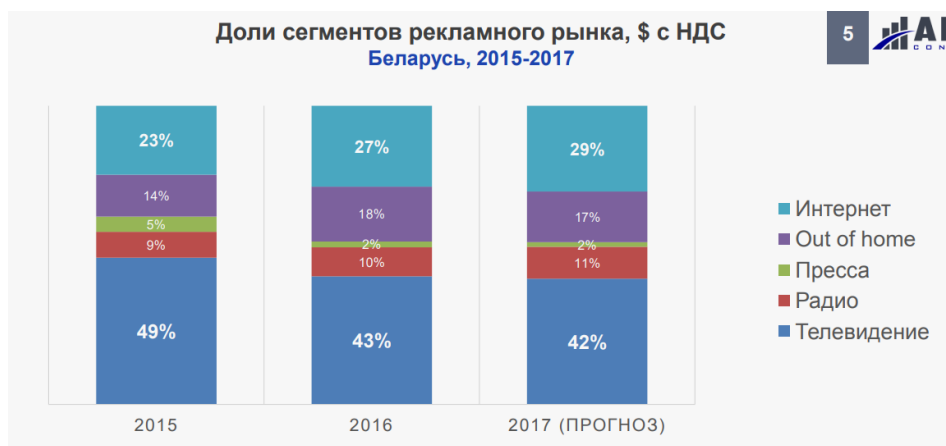


Рисунок 4 – Доли сегментов рекламного рынка Беларуси

По рисунку можно увидеть, как интернет-реклама постепенно смещала другие виды сегментов с 15 по 17 год, а по данным ассоциации рекламных организаций, в 2022 году доля рынка интернет-рекламы выросла до 54%. Доля ТВ рекламы снизилась до 23%. [7]

На данный момент данный способ привлечения клиентов является самым действующим, и чтобы конкурировать – заведения начинают активно заниматься соц-сетями для продвижения своего бренда.

Заключение. Влияние информационных технологий на ресторанный бизнес сегодня неоспоримо и приводит к глубокой трансформации всей отрасли. Внедрение ИТ-систем в различные аспекты деятельности ресторанов, начиная от управления персоналом и запасами, и заканчивая маркетингом и обслуживанием клиентов, становится ключевым фактором для повышения

эффективности, конкурентоспособности и прибыльности заведений.

ИТ-решения позволяют ресторанам оптимизировать свои процессы, улучшить качество обслуживания и удовлетворить изменяющиеся потребности клиентов. Автоматизация задач, анализ данных, персонализация сервиса и вовлечение клиентов через цифровые платформы становятся неотъемлемой частью успешной стратегии развития ресторанного бизнеса.

Однако, для максимального эффекта, необходимо не только внедрить ИТ-системы, но и постоянно следить за их обновлением, развитием и адаптацией к изменяющимся рыночным условиям и требованиям клиентов. Гибкость и инновационность в использовании информационных технологий становятся ключевыми компетенциями для успешного выступления ресторанных заведений на современном рынке.

Таким образом, влияние ИТ на трансформацию ресторанного бизнеса является не только необходимым, но и неизбежным процессом, который формирует новые стандарты и требования к отрасли, а также открывает новые возможности для инноваций, роста и развития.

Список использованных источников:

1. *Digital Transformation in the Restaurant Industry: Current Developments and Implications* / https://www.researchgate.net/publication/351599584_Digital_Transformation_in_the_Restaurant_Industry_Current_Developments_and_Implications/.
2. *Цифровизация в ресторанном бизнесе: что внедрить, чтобы стало легче* / <https://vc.ru/services/444002-cifrovizaciya-v-restorannom-biznese-cto-vnedrit-ctoby-stalo-legche/>.
3. *Как собственная служба доставки влияет на доходы рестораторов* / <https://kz.kursiv.media/2020-07-22/kak-sobstvennaya-sluzhba-dostavki-vliyaet-na-dokhody-restoratorov/>.
4. *Как собственная доставка еды помогает ресторану удерживать клиентов* / <https://vc.ru/food/404768-kak-sobstvennaya-dostavka-edy-pomogaet-restoranu-uderzivat-klientov/>.
5. *Мировой рынок онлайн-доставки еды вырос до \$1 трлн. Как он будет развиваться в ближайшие годы?* / <https://myfin.by/stati/view/mirovoj-rynok-onlajn-dostavki-edy-vyros-do-1-trln-kak-on-budet-razvivatsya-v-blizajshie-gody/>.
6. *Доставка еды – Беларусь* / <https://www.statista.com/outlook/dmo/online-food-delivery/meal-delivery/belarus/>.
7. *Каким был 2022 годя для рекламного рынка Беларуси – исследования* / <https://www.statista.com/outlook/dmo/online-food-delivery/meal-delivery/belarus/>.

UDC 004.5

INFLUENCE OF IT ON TRANSFORMATION OF RESTAURANT BUSINESS

*Nguyen B.K.M.*¹

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics¹, Minsk, Republic of Belarus

Markov A.N. - Senior Lecturer

Annotation. This topic explores the impact of modern IT technologies on the functioning and development of the restaurant business. The transformation of various aspects of the restaurant from customer service to marketing is considered. The consequences of implementing IT solutions for both business and customers are analyzed, and the challenges and opportunities that entrepreneurs face in the process of transforming the restaurant business are identified.

Keywords. IT technologies, transformation, restaurant business, automation, optimization, promotion, competition.