

Научная статья

Original article

УДК 33

doi: 10.55186/2413046X_2023_9_1_35

**РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В
КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ
DEVELOPING A CATERING STRATEGY IN THE CONTEXT OF
DIGITALIZATION**



Косырева Марина Валерьевна, аспирант, «Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Россия, г. Самара, marina.vezalis@mail.ru

Kozyreva Marina Valeryevna, PhD student, "Moscow financial and industrial university "Synergy", Russia, Samara, marina.vezalis@mail.ru

Аннотация. Изменения в современной экономике практически во всех ее сферах вызваны технологическими изменениями, в основе которых лежат новые технологии, пришедшие на смену предыдущим базовым технологиям. Это позволяет обеспечивать запросы и предпочтения потребителей на другом технологическом уровне. Технологии в области цифровизации служат одним из таких примеров. Вопросы цифровизации бизнес-процессов и распространения информационных технологий в сфере обслуживания становятся чрезвычайно актуальными в современной экономике. Проведенное исследование позволило прийти к выводу, что существует возможность внедрения цифровых инноваций в сфере общественного питания по трем направлениям: цифровые технологии для бизнес-процессов и деятельности; цифровые технологии, интегрированные в конкретные рабочие места; цифровые технологии в социальных и гуманитарных

сферах деятельности с возможностью распространения в сфере услуг. В то же время успешное и непрерывное развитие цифровых технологий, а также качественные изменения в деятельности социально-экономических систем требуют преобразований при формировании условий и способностей для эффективного использования преимуществ инноваций. В связи с этим исследование ориентировано на обоснование теоретических и методологических положений построения модели формирования представления об инновационной ценности услуги для предприятий общественного питания в контексте цифровой трансформации сферы услуг посредством стратегических инновационных решений.

С этой целью в статье рассматриваются основные особенности цифровизации предприятий общественного питания, новые технологии в процессе производства, торговли и обслуживания, а также создание инновационной ценности продукта/услуги. В статье обосновывается методологический подход к разработке модели, формирующей суждение об инновационной ценности услуги, на основе интерпретации ее содержания в соответствии с авторской интерпретацией инновационной ценности услуги и особенностями цифровой трансформации архитектуры бизнес-процессов предприятий общественного питания.

Результатом исследования являются концептуальные положения формирования представлений об инновационной ценности услуги для формулирования стратегии развития предприятий общественного питания в контексте цифровой трансформации.

В работе обоснован методический подход к разработке управления организацией в контексте цифровой трансформации, ориентированной на индустрию питания на примере города Самара.

Abstract. Changes in the modern economy in almost all its spheres are caused by technological changes, which are based on new technologies that have replaced the previous basic technologies. This allows us to meet the needs and preferences of

consumers at a different technological level. Digitalization technologies are one such example. The issues of digitalization of business processes and the spread of information technologies in the service sector are becoming extremely relevant in the modern economy. The conducted research led to the conclusion that there is a possibility of introducing digital innovations in the field of public catering in three areas: digital technologies for business processes and activities; digital technologies integrated into specific workplaces; digital technologies in social and humanitarian spheres of activity with the possibility of dissemination in the service sector. At the same time, the successful and continuous development of digital technologies, as well as qualitative changes in the activities of socio-economic systems, require transformations in the formation of conditions and abilities for the effective use of the advantages of innovation. In this regard, the study is focused on substantiating the theoretical and methodological provisions of building a model for forming an idea of the innovative value of a service for public catering enterprises in the context of the digital transformation of the service sector through strategic innovative solutions.

To this end, the article examines the main features of the digitalization of catering enterprises, new technologies in the process of production, trade and service, as well as the creation of innovative value of a product/service. The article substantiates a methodological approach to the development of a model that forms a judgment about the innovative value of a service, based on the interpretation of its content in accordance with the author's interpretation of the innovative value of the service and the features of the digital transformation of the architecture of business processes of public catering enterprises.

The result of the research is the conceptual provisions of the formation of ideas about the innovative value of services for the formulation of a strategy for the development of catering enterprises in the context of digital transformation.

The paper substantiates a methodological approach to the development of organization management in the context of digital transformation focused on the food industry on the example of the city of Samara.

Ключевые слова: стратегия, общественное питание, инновации, цифровизация

Keywords: strategy, catering, innovation, digitalization

Сектор продовольственных услуг быстро развивался в течение последнего десятилетия, чему способствовала пандемия Covid-19. Традиционная линейная модель производителей продуктов питания, продающих их через оптовиков обычным розничным торговцам, ресторанам и гостиничным заведениям, все чаще вытесняется сложными интерактивными цифровыми экосистемами онлайн-поставщиков услуг общественного питания. Потребители все чаще получают прямой доступ к продуктам питания на различных этапах традиционной цепочки создания стоимости благодаря взаимодействию с цифровыми платформами и сетями быстрой доставки на дом, обеспечивая большее удобство, большее разнообразие продуктов питания и услуг на динамично развивающейся стартап-сцене и общую повышенную ценность[1].

Онлайн-торговые площадки предоставляют поставщикам возможность продвигать свои товары и услуги и выступать посредником между покупателями и продавцами для облегчения транзакций. Это могут быть продовольственные рынки, специализирующиеся исключительно на предложении продуктов питания и услуг, например, на специальных продуктах питания. Продуктовые ивент-площадки, предлагающие кулинарные и познавательные мероприятия, такие как вечерние клубы и дегустации блюд [2].

Заглядывая в будущее на ближайшие пять лет, существующая литература сообщает, что текущие тенденции, указанные выше, сохраняются и будут усиливаться, продолжая изменять бизнес-модели и экосистему покупки и продажи продуктов питания, дополняясь несколькими более широкими тенденциями [3]:

- электронная коммерция: постоянный рост онлайн-сервисов и q-commerce.
- трансформация экосистемы: рост числа магазинов первой

необходимости, со скидками и специализированных магазинов; крупные бакалейные лавки будут продвигаться дальше на рынок еды навынос и доставки на дом, в то время как агрегаторы и платформы доставки будут продвигаться дальше в розничную торговлю. Онлайн-игроки будут стремиться развивать офлайн-сервисы.

- аналитика данных / искусственный интеллект: обеспечит быстрый технологический прогресс, а большие данные станут еще более важными для потребительского опыта и конкурентных преимуществ.

- еда как услуга: включая наборы рецептов и персонализированное питание; и растущее внимание к персонализированному питанию

- здоровье и устойчивость: органические продукты, питание, происхождение, местные продукты, сокращение пищевых отходов и экологические показатели.

Ожидается, что будущие тенденции проявятся в рамках текущей экосистемы благодаря динамичным взаимодействиям и сетевым эффектам между каждой из этих тенденций, создавая новых участников и увеличивая рычаги влияния для одних игроков, одновременно вытесняя других игроков из бизнеса[4].

Цифровизация в сфере общественного питания, в свою очередь, – это процесс, направленный на оцифровку всех информационных (и даже материальных) ресурсов (создание цифровых копий) и формирование сетевых платформ взаимодействия с целью получения прогнозируемого и гарантированного результата на любое управляющее воздействие с использованием средств автоматизации.



Рисунок 1. Особенности управления предприятием в условиях цифровизации

Управление предприятием в условиях цифровизации в сфере общественного питания - это процесс применения цифровых технологий в бизнес-процессах, связанных с обслуживанием клиентов, управлением производственными процессами и управлением ресурсами.

Чтобы продолжать работу в режиме самоизоляции, ресторанам и кафе Самары пришлось не только внедрить множество дистанционных механизмов и цифровых решений, но и, используя эти технологии, заинтересовать клиентов.

Однако, можно с уверенностью сказать, что многие из цифровых решений стали применяться и после возвращения к нормальной жизни, так как они показали свои удобства и эффективность даже в условиях кризиса, вызванного пандемией. Кроме того, на примере предприятий общественного питания Самары было продемонстрировано положительное влияние режима самоизоляции, ставшего следствием пандемии, так как именно он в той или иной степени привел к ускорению цифровизации ресторанов и кафе города, а также показал, кто к этому процессу еще не готов.

Использование новейших цифровых технологий для поддержки эффективной системы управления задачами позволяет получить ряд мощных результатов. Прежде всего, правильное цифровое решение предоставляет владельцам ресторанов и менеджерам возможность консолидировать и отслеживать информацию, связанную с задачами и производительностью как для отдельных заведений, так и для всей сети магазинов. Используя мобильные устройства для обмена сообщениями с сотрудниками, касающимися задач и производительности, операторы ресторанов оказывают поддержку своим сотрудникам и дают им возможность преуспеть в выполнении своих обязанностей.

Другие преимущества, связанные с централизацией информации, включают:

- Головной офис может управлять и направлять SOP, открывать и закрывать контрольные списки для разных смен и персонала, составлять планы встреч перед сменой и любые другие сообщения, которые могут принести пользу сотрудникам и организации в целом
- Все сотрудники, независимо от места их работы, имеют одинаковый доступ к одной и той же информации, что обеспечивает глубокое взаимопонимание между работниками и повышенную оперативную согласованность
- Районные и региональные менеджеры получают больше возможностей для масштабного мониторинга, что приводит к четкому пониманию эффективности работы каждого магазина сети
- Операторы могут культивировать и развивать культуру сотрудничества и командной работы, гарантируя четкое и коллективное понимание всеми сотрудниками задач, которые необходимо выполнить для достижения успеха

- Головной офис может легко получать отзывы и способствовать обмену передовым опытом, чтобы лучше понять опыт сотрудников– связанный с работой ресторана, и быстро определить способы его улучшения

Масштабирование управления задачами для охвата всего персонала службы общественного питания может повышаться в плане повышения эффективности, безопасности, продуктивности и многого другого. В таблице 1 представлены некоторые из распространенных средств, предоставляемых эффективным процессом управления задачами.

Таблица 1

Масштабирование управления задачами

Средства	Результат
Масштабирование внедрения	При одном из самых высоких показателей текучести кадров в любой отрасли ресторанам необходимы последовательные процессы адаптации, которые быстро увеличивают численность персонала. Когда рестораны используют цифровые инструменты управления задачами, новым сотрудникам становится проще и понятнее, и они могут приступить к работе за меньшее время, чем при использовании обычной тактики, что дает им четкое представление о стандартах и процессах бренда и ожиданиях от них как от сотрудников и амбассадоров ресторана.
Устранение пробелов в знаниях	Когда распределение задач выполняется с помощью более традиционных или устаревших подходов (таких как блокноты или сарафанное радио), появляется меньше возможностей (или их вообще нет) выявить барьеры для завершения или пробелы в знаниях, которые мешают персоналу выполнять свои повседневные задачи. Цифровые решения предоставляют аналитику и вспомогательные ресурсы для выявления и устранения этой проблемы.
Снижение уровня выгорания менеджеров	Когда управление задачами выполняется менеджерами вручную, это без необходимости увеличивает рабочую нагрузку, а также увеличивает вероятность возникновения несоответствий. С другой стороны, когда сотрудники получают

	необходимую им информацию с помощью масштабируемого цифрового решения, менеджеры могут сосредоточиться на обязанностях более высокого уровня с большей сосредоточенностью и намерением.
--	---

Способы, с помощью которых владельцы ресторанов и менеджеры разрабатывают и внедряют решения, помогающие организовать задачи, управлять и поддерживать производительность сотрудников, различаются. Однако, стремясь получить от них максимальную выгоду, их всегда следует использовать с целью настроить сотрудников на успех и предоставить им цифровые инструменты, необходимые для выполнения работы на самом высоком уровне.

В современном мире все больше крупных корпораций и компаний малого бизнеса обращают внимание на использование программ мониторинга деятельности персонала. Такие приложения позволяют вести дистанционный контроль за работой сотрудников организации (в том числе работающих удаленно), определять эффективность их работы, фиксировать нарушения, а также успешно применяются для предупреждения случаев корпоративного мошенничества и утечки ценной информации внутри компании.

Применение программ для контроля рабочей активности оказывает положительный эффект на деятельность персонала, повышая дисциплину и продуктивность сотрудников.

В целом, в ближайшие годы ожидаются значительные изменения в том, как мы покупаем и продаем продукты питания онлайн. По мере того, как цифровые платформы и розничные торговцы все чаще выходят на новые рынки с дублирующими ролями, ответственность за безопасность пищевых продуктов и защиту потребителей становится размытой. Поэтому рекомендуется, чтобы FSA играло активную упреждающую роль в поддержке промышленности в целях обеспечения безопасности пищевых продуктов с самого начала, поскольку новые бизнес-модели и процессы все чаще заменяют традиционные. Рекомендуется

применять системный подход к регулированию, объединяя концептуальные данные из области сетевой науки, чтобы отразить реалии все более динамичной, интерактивной и сетевой продовольственной системы.

Список источников

1. Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 290 с.
2. Развитие менеджмента в условиях перехода к цифровой экономике // Режим доступа: econom.psu.ru/upload/iblock/f2c/sbornik-razvitie-menedzhmenta-v-usloviyakh-perekhoda-k-tsifrovoy-ekonomike.pdf (Дата обращения 19.05.2023)
3. Абрамов, Владимир Сергеевич. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 2. Функциональные стратегии [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов / Абрамов В. С., Абрамов С. В. ; под ред. Абрамова В.С., 2021. 246 с
4. Лопарева, Альфия Мухамедовна. Бизнеспланирование [Электронный ресурс] : Учебник для вузов / Лопарева А. М., 2021. 273 с

References

1. Golubkov, E. P. Strategic management : textbook and workshop for universities / E. P. Golubkov. – Moscow : Yurait Publishing House, 2020. – 290 p.
2. Management development in the conditions of transition to the digital economy // Access mode: econom.psu.ru/upload/iblock/f2c/sbornik-razvitie-menedzhmenta-v-usloviyakh-perekhoda-k-tsifrovoy-ekonomike.pdf (Accessed 05/19/2023)
3. Abramov, Vladimir Sergeevich. Strategic management in 2 hours. Part 2. Functional strategies [Electronic resource] : Textbook and workshop for universities / Abramov V. S., Abramov S. V. ; ed. Abramova V.S., 2021. 246 s
4. Lopareva, Alfiya Mukhamedovna. Business planning [Electronic resource] : Textbook for universities / Lopareva A.M., 2021.273 p

Для цитирования: Косырева М.В. Разработка стратегии общественного питания в контексте цифровизации // Московский экономический журнал. 2024. № 1. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-1-2024-35/>