

Оригинальная статья / Original article

УДК 330.34

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-1-105-117>

Современные тенденции цифровизации ресторанного бизнеса

А. В. Ляшков¹, А. Ю. Анисимов¹ ✉

¹ Московский финансово-промышленный университет «Синергия»
Ленинградский пр-т, д. 80, г. Москва 125190, Российская Федерация

✉ e-mail: anisimov_au@mail.ru

Резюме

Актуальность исследования вопросов цифровизации ресторанного бизнеса обусловлена необходимостью поиска стратегических направлений и ключевых факторов цифровой трансформации ресторанных услуг, оценки современных запросов потребителей и мировых тенденций развития рынка.

Цель заключается в исследовании основных тенденций цифровизации организаций ресторанного бизнеса.

Задачи исследования состоят в анализе перспективных направлений цифровизации ресторанного бизнеса; оценке рынка онлайн-доставки еды, точек самообслуживания и использования цифровых технологий.

Методология. В качестве методов исследования использовались методы сравнительного и статистического анализа, индукции и дедукции.

Результаты. Выявлено, что основными направлениями цифровизации ресторанного бизнеса является онлайн-заказы и доставка готовой еды, развитие точек самообслуживания, автоматизация цепочки создания стоимости, а также продвижение ресторанных услуг с использованием цифровых технологий. Несмотря на то, что автоматизация ресторанного бизнеса началась до пандемии COVID-19, но именно она послужила катализатором перехода ресторанных услуг в виртуальное пространство. Однако реактивный подход организаций ресторанного бизнеса не позволил сформировать действенную стратегию цифровой трансформации организаций ресторанного бизнеса. Рост цифровизации отрасли обусловлен цифровыми каналами продвижения услуг, требующих значительных инвестиций, доступных только крупным игрокам рынка, для несетевых ресторанов данный сегмент цифрового рынка пока недоступен в полном объеме, что является сдерживающим фактором в развитии всей отрасли.

Выводы. Полученные в процессе исследования результаты позволили авторам сформулировать теоретические и практические рекомендации, направленные на формирование стратегического понимания процессов планирования и внедрения цифровых технологий в деятельность организаций ресторанного бизнеса.

Ключевые слова: ресторанный бизнес; цифровизация; онлайн-доставка; автоматизация процессов.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Ляшков А. В., Анисимов А. Ю. Современные тенденции цифровизации ресторанного бизнеса // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 1. С. 105–117. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-1-105-117>.

Поступила в редакцию 10.12.2023

Принята к публикации 09.01.2024

Опубликована 29.02.2024

Modern Trends in Digitalization of the Restaurant Business

Andrey V. Lyashkov¹, Alexander Yu. Anisimov¹ ✉

¹ Moscow University of Finance and Industrial "Synergy"
80 Leningradsky Ave., Moscow 125190, Russian Federation

✉ e-mail: anisimov_au@mail.ru

Abstract

The relevance of studying the issues of digitalization of the restaurant business is due to the need to search for strategic directions and key factors in the digital transformation of restaurant services, assessing modern consumer demands and global market development trends.

The purpose of the work is to study the main trends in the digitalization of restaurant business organizations.

The objectives of the study are to analyze promising areas of digitalization of the restaurant business, assess the market for online food delivery, self-service points and the use of digital technologies.

Methodology. Methods of comparative and statistical analysis, induction and deduction were used as research methods

Results. It was revealed that the main directions of digitalization of the restaurant business are online orders and delivery of ready-made food, the development of self-service points, automation of the value chain, as well as the promotion of restaurant services using digital technologies. Despite the fact that automation of the restaurant business began before the COVID-19 pandemic, it served as a catalyst for the transition of restaurant services to the virtual space. However, the reactive approach of restaurant business organizations did not allow the formation of an effective strategy for the digital transformation of restaurant business organizations. The growth of digitalization of the industry is due to digital channels for promoting services that require significant investments, available only to large market players; for non-chain restaurants, this segment of the digital market is not yet available in full, which is a limiting factor in the development of the entire industry.

Conclusions. The results obtained during the research allowed us to formulate theoretical and practical recommendations aimed at developing a strategic understanding of the planning processes and implementation of digital technologies in the activities of restaurant business organizations.

Keywords: restaurant business; digitalization; online delivery; process automation.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Lyashkov A. V., Anisimov A. Yu. Modern Trends in Digitalization of the Restaurant Business. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management.* 2024; 14(1): 105–117. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-1-105-117>.

Received 10.12.2023

Accepted 09.01.2024

Published 29.02.2024

Введение

Ресторанная индустрия является частью культурной жизни и представляет собой своеобразный индикатор качества и уровня жизни населения, изменений культурных предпочтений, социального поведения и уровня доходов населения. В отличие от предприятий производственной сферы ресторанный бизнес значительно быстрее реагирует на воздействие глобализации, конкуренции, а также других макроэкономических факторов. В условиях жесткой конкуренции, вызван-

ной такими факторами, как быстрые изменения в тенденциях и привычках потребителей, широкое распространение сетевых организаций и увеличение количества предприятий ресторанной индустрии, стратегически важна способность адаптироваться к вновь возникающим условиям в структуре рынка. Адаптация процесса обслуживания клиентов к новым технологиям и принятие мер по прогнозированию дальнейшего развития ресторанного бизнеса являются показателями успеха современного бизнеса. Од-

ним из ключевых факторов, изменивших тенденции и динамику развития отрасли, стала пандемия COVID-19, которая, с одной стороны, нанесла огромный материальный ущерб ресторанной индустрии, с другой – явилась катализатором внедрения цифровых технологий. При этом цифровизация ресторанов стала скорее необходимостью, чем желаемым результатом.

Принудительные закрытия организаций, ограничения мощностей и кризис в экономике поставили отрасль в худшие условия для ведения бизнеса за всю ее историю. По данным отчета Ассоциации ресторанного бизнеса, с середины марта до конца 2020 г. ресторанный бизнес и общественное питание потеряли в продажах около 240 млрд долл., во время пика обязательного карантина около 8 млн сотрудников ресторанов и баров были уволены или отправлены в отпуск, более 110 000 ресторанов и баров полностью закрыты [1].

Материалы и методы

Толчком к росту цифровых инноваций выступило значительное падение объема продаж, вызванное коронавирусными ограничениями. Не имея возможности подготовиться должным образом к предоставлению услуг с ограниченным физическим контактом, предприятия общественного питания стали широко использовать услуги по удаленному сервису, в т. ч. самовывоз и доставку еды. При этом значительный рост инвестиций в развитие цифровых технологий послужил основой для быстрого тренда цифровизации ресторанного бизнеса в постпандемический период.

Использование технологических достижений позволило многим ресторанам пройти период кризиса и повысить эффективность за счет более эффективного удовлетворения изменившихся запросов потребителей. Важность дальнейшего тренда цифровизации ресторанного бизнеса подчеркивается не только в практике работы организаций, но и широко обсуждается в научной литературе. Среди

авторов, рассматривающих вопросы цифровизации ресторанных услуг, можно отнести следующих: В. В. Гасан [2], В. П. Морозова [3], Г. Ю. Митяшина [4], Д. А. Левина [5], В. В. Гареева [6], В. В. Фомич [7], Х. Х. Азимова [8], К. Н. Сериков [9; 10].

Так, В. В. Гасан провел исследование факторов, влияющих на ускорение процесса модернизации предприятий общественного питания [2]. В. В. Гареев исследовал основные тенденции цифровизации в рамках гостиничной деятельности и общественного питания [6]. Д. А. Левина, рассматривая влияние цифровизации на деятельность организаций ресторанного бизнеса и общественного питания, делает вывод о ее значительном влиянии на поддержание имиджа [5].

В. В. Фомич на основе анализа рынка общественного питания выделил основные метрики для оценки эффективности цифровой трансформации и основные направления использования информационных технологий в ресторанном бизнесе.

М. П. Морозова, в отличие от Д. А. Левиной и В. В. Гасана, обобщила имеющуюся информацию о направлениях цифровизации ресторанного бизнеса и сформировала три основных вектора дальнейшего их развития: автоматизацию управления внутренних бизнес-процессов рестораторов, цифровую интеграцию с партнерами ресторанного бизнеса B2B и развития интернет-каналов обратной связи с потребителями ресторанных услуг [3].

Г. Ю. Митяшин, исследуя проблемы влияния цифровизации на деятельность ресторанных организаций, выделил в качестве основных невозможность цифровизации процесса приготовления еды, значительное количество цифровых платформ, снижение ценности ресторанной услуги и высокую вариативность ценообразования [4].

У. Х. Азимов, исследовав тенденции применения цифровых технологий в деятельности предприятий быстрого питания, определил, что основное внимание в

области цифровизации российские предприятия уделяют в большей мере производственно-логистическим бизнес-процессам, а в качестве основного тренда цифровизации исследуемой сферы предложил концепцию интегрированного управления с помощью цифровых технологий маркетинговых коммуникации с целевой аудиторией [10].

Р. Р. Ахмедов сделал акцент на разработке конкурентных стратегий организаций ресторанного бизнеса в условиях цифровизации, выделив в качестве основных стратегию обособления и стратегию интегратора. В качестве приоритетного направления цифровизации с целью обеспечения конкурентных преимуществ автор выделил автоматизацию управления и учета, а также продвижение услуг [11].

Более подробно вопросы автоматизации ресторанных услуг раскрыты В. И. Соломатиной [12], П. С. Шевелевой [13], Е. А. Матвеевой [14] Н. В. Мордовченкова [15], в работах которых выявлены возможности и направления автоматизации технолого-обслуживающих процессов, связанных с формированием информационной инфраструктуры в области производственных процессов приготовления еды, обслуживания покупателей реализации управленческой деятельности.

Д. К. Дубаев в своей работе попытался обобщить как российские, так и зарубежные исследования в сфере развития технологий автоматизации организаций общественного питания [16]. Т. В. Яковлева [17], О. О. Крючков [18], Е. В. Кислицын [19], Н. В. Мордовченков [20] на основе всестороннего анализа сферы ресторанной индустрии и общественного питания выявили и обобщили возможности и направления автоматизации технолого-обслуживающих процессов, связанных с формированием информационной инфраструктуры.

Исследуя научные работы, посвященные изучению ресторанного бизнеса, можно констатировать, что значительный их объем направлен на выявление воз-

можных векторов дальнейшего развития отрасли, которые были спровоцированы пандемией COVID-19 и задачей обеспечения устойчивости развития бизнеса в сложившихся кризисных условиях, которые были сформированы такими факторами, как изменение потребительских предпочтений и цифровизация всех сегментов жизнедеятельности общества.

Результаты и их обсуждение

Ранее нами было определено, что в работах большинства исследователей, посвященных исследованию деятельности предприятий ресторанной индустрии, основное внимание уделено именно изучению влияния процесса цифровизации экономики и поиску дальнейших точек роста предприятий ресторанной индустрии.

Нами были определены следующие направления цифровизации исследуемых предприятий (рис. 1).

В рамках данного исследования, целью которого является выявление актуальных тенденций в цифровизации бизнес-процессов предприятий ресторанной индустрии, исследуем более детально обозначенные выше направления.

Первое направление – онлайн-заказы и доставка готовой еды. Так, значительный рост объем мирового рынка онлайн-доставки еды произошел в 2020 г. и достиг 111,32 млрд долл. США. Во многих странах за это время наблюдался рост цифровой доставки еды из ресторанов.

Объем мирового рынка онлайн-доставки еды в 2022 г. оценивался в 770 млрд долл. США, из которых 300 млрд долл. – в сегменте доставки готовой еды. По прогнозам аналитиков, к 2027 г. рынок онлайн-доставки еды принесет доход в размере 1,4 трлн долл. США. Тенденции роста онлайн-заказов и доставки еды характеризуются значительным ростом. Так мировой рынок онлайн-услуг по доставке еды вырос с 128,32 млрд долл. в 2022 г. до 143,05 млрд долл. в 2023 г. при совокупном годовом темпе роста (CAGR) 11,5% (рис. 2).

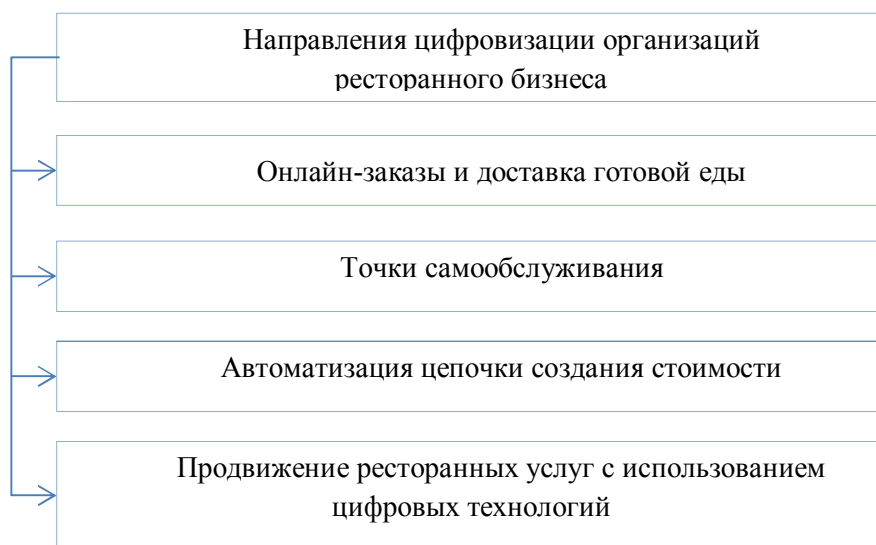


Рис. 1. Направления цифровизации организаций ресторанного бизнеса

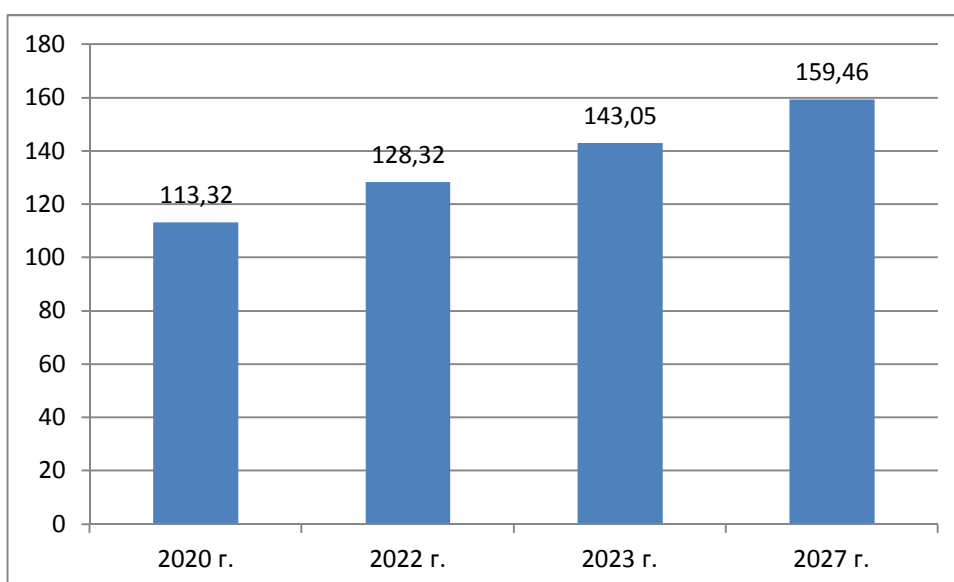


Рис. 2. Доходы рынка онлайн-доставки еды (URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5735323/online-food-delivery-services-global-market-report>)

Развитие системы онлайн-заказа еды также привело к росту еще одного сегмента ресторанного рынка – рынка облачной кухни или виртуальных ресторанов. Деятельность таких организаций сосредоточена на приготовлении еды на основе виртуальных заказов из приложений по доставке еды. Объем мирового рынка виртуальных ресторанов оценивался в 43,1 млрд долл. США в 2019 г. и достигнет 71,4 млрд долл. США к 2027 г.

Одним из способов, с помощью которых внедрение технологий помогло повысить эффективность работы ресторанов, является использование киосков самостоятельного заказа, которые, во-первых, позволяют сократить трудовые затраты и ускорить процесс заказа, во-вторых, позволяют собирать необходимые данные о клиентах с целью более эффективного удовлетворения их потребностей. В 2020 г. глобальная рыночная стоимость интерак-

тивных киосков достигла 26,63 млрд долл. США, и по прогнозам специалистов, в будущем эта цифра будет увеличиваться (рис. 3).

Рынок доставки еды в России аналогично мировым трендам показывает зна-

чительный рост (рис. 4), при этом по сравнению с 2019 г. рынок формируется за счет большого количества игроков, в том агрегаторов, маркетплейсов, торговых сетей, кафе и ресторанов, магазинов и облачных кухонь.

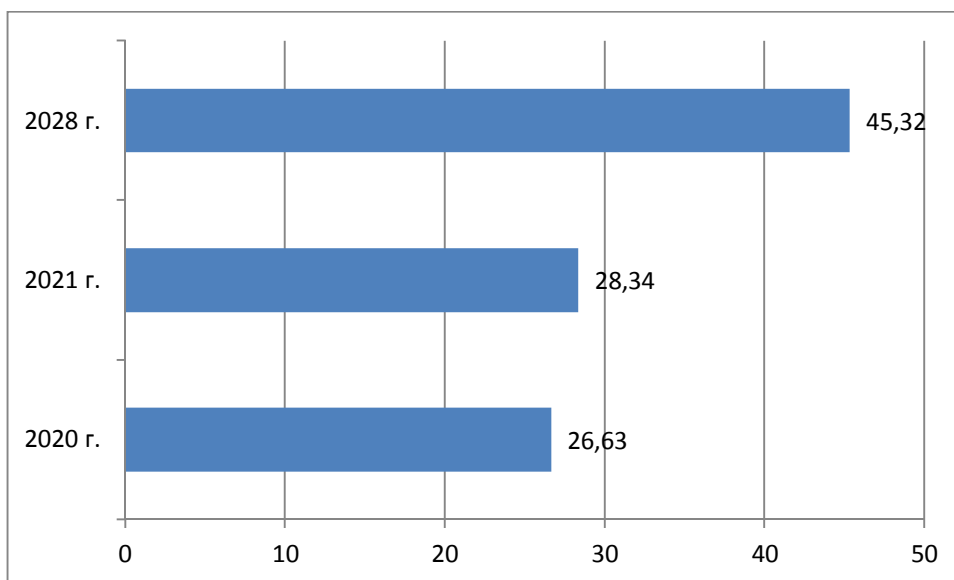


Рис. 3. Доход устройства точек продаж (PoS), млрд долл. США (URL: <https://www.statista.com/markets/>)

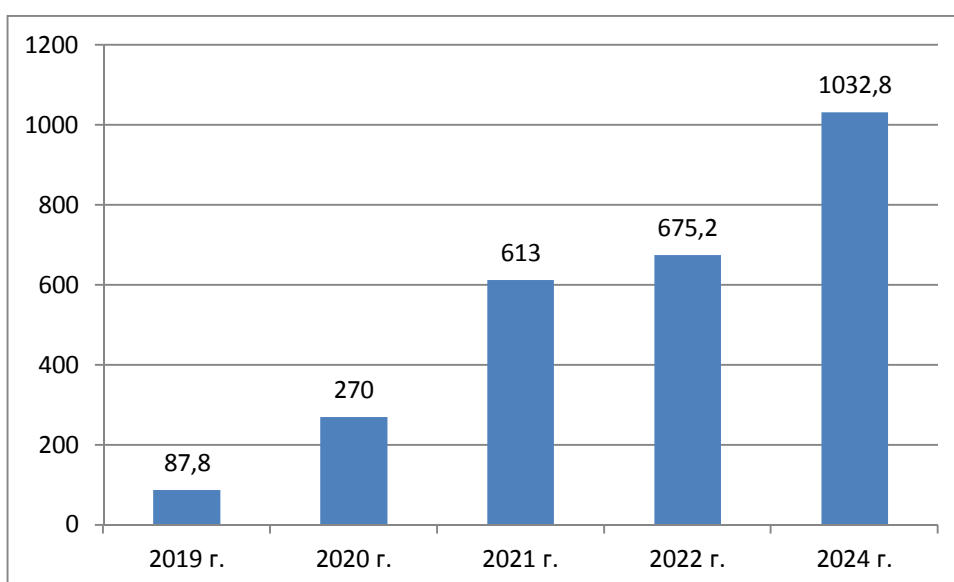


Рис. 4. Рынок доставки готовой еды в России (URL: https://businessstat.ru/analytics/v_2022_godu_rynok_dostavki_edy_v_rossii_vyrastet_tolko_na_10_izza_krizisa/)

Вторым важным направлением цифровизации выступает развитие киосков самообслуживания. Киоски самообслуживания, которые в настоящее время

можно найти в большинстве ресторанов быстрого питания, позволили полностью изменить качество обслуживания клиентов и значительно сократить время ожи-

дания, в то же время увеличив количество заказов, которые могут обрабатывать рестораны. Привлечение клиентов к киоскам самообслуживания дополнительно позволяет перераспределить персонал и сократить объем наличных платежей. За счет сочетания внедрения киосков самообслуживания и программ лояльности они способны собирать ценные данные о привычках, предпочтениях и шаблонах заказов клиентов. Эта информация может

быть использована для управления запасами, планирования меню, разработки целевых маркетинговых кампаний и принятия стратегических решений.

Следующим важным направлением цифровизации ресторанного бизнеса является автоматизация цепочки создания стоимости. Данное направление непосредственно связано с цифровой инфраструктурой и использованием цифровых технологий (рис. 5).

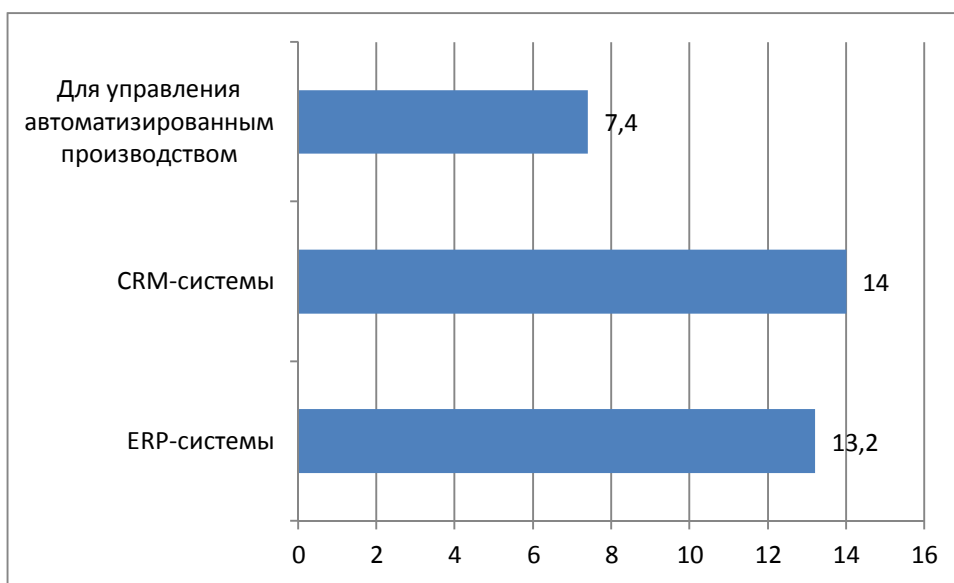


Рис. 5. Использование интегрированных программ в 2021 г. [21]

Данные, представленные на рисунке 5, демонстрируют невысокий уровень использования специализированных программ, позволяющих автоматизировать цепочку создания стоимости. Аналогичная ситуация складывается в сфере использования цифровых инструментов организациями ресторанного бизнеса (рис. 6).

Уровень цифровой инфраструктуры, сформированный в организациях ресторанного бизнеса, не позволяет сформировать цифровую цепочку создания стоимости, что обусловлено, во-первых, требуемым значительным объемом инвестиционных вложений, а во-вторых, разработки обоснованных цифровых стратегий.

Далее, что касается такого направления, как продвижение ресторанных услуг

с использованием цифровых технологий, то стоит отметить, что в большей степени оно связано с цифровым маркетингом. Так, цифровой маркетинг открыл множество новых путей для привлечения потребителей. В 2020 и 2021 гг. многие крупнейшие ресторанные бренды запустили новые программы лояльности, стремясь как никогда устанавливать и углублять отношения со своими клиентами. Успешные программы лояльности напрямую отражаются на финансовых результатах за счет более крупных заказов или более частых покупок.

Успешные инвестиции сетей в эти сферы помогли им генерировать трафик, коэффициент конверсии и повторные покупки. Маркетинг-миксы смещаются в

сторону цифровых каналов, которые позволяют направлять потребителей в собственную цифровую экосистему бренда

за счет присоединения к программам лояльности и персонализированных предложений.

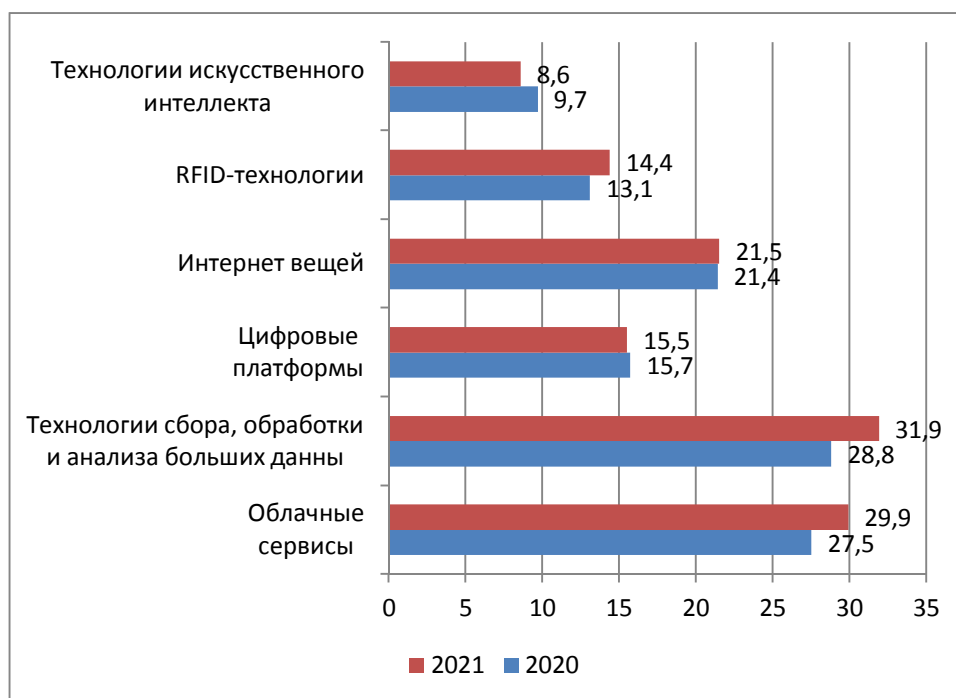


Рис. 6. Использование цифровых инструментов [21]

Крупные сетевые рестораны, такие как KFC, McDonald's, инвестировав в технологические платформы, предназначенные для обеспечения эффективной и автоматизированной работы, поощрения взаимодействия с клиентами и оптимизации коммерческих решений, обеспечили качественную клиентскую аналитику, позволяющую максимизировать лояльность клиентов, частоту и средний размер заказов за счет маркетинговых и рекламных мероприятий, при этом одновременно снижая затраты на привлечение клиентов за счет улучшения таргетинга. Используя инструменты расширенной аналитики, основанные на масштабируемых базах данных, которые часто работают в облаке, сетевые рестораны на основе больших данных способны прогнозировать различные варианты развития. Однако для несетевых ресторанов данный сегмент цифрового рынка

пока недоступен. Уход с рынка крупных сетевых ресторанов, инвестировавших в цифровизацию ресторанных услуг, приведет к перераспределению рынка и снижению темпов цифровизации (рис. 7).

Данные, представленные на рисунке 7, показывают, что доля импортных информационно-коммуникационных технологий в ресторанном бизнесе составляет практически 100%. Кроме этого, необходимо отметить, что основная доля инвестиций в цифровизацию приходится на крупные предприятия отрасли. В связи с чем можно предположить, что уход крупных сетевых ресторанов, а также запрет экспорта в Россию основных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), вызванные санкционной политикой, могут привести к снижению темпов цифровизации и перераспределению игроков на рынке.

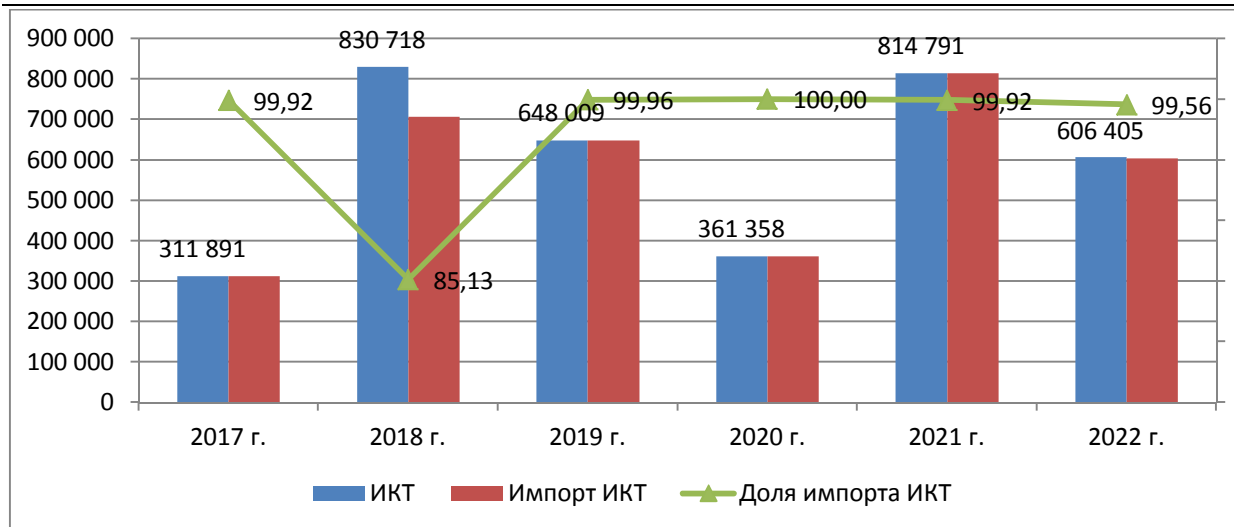


Рис. 7. Инвестиции в ИКТ организаций ресторанного бизнеса (URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/data.do?format=excel>)

Выводы

Таким образом, проведенное исследование показало, что пандемия COVID-19 изменила принципы построения бизнес-модели функционирования предприятий ресторанной индустрии, однако в настоящий момент организации также сталкиваются с рядом трудностей, в т. ч. развитием новых цифровых каналов продвижения, требующих значительных инвестиций, а также новым ценовым давлением в условиях падения реальных денежных доходов населения, проблемами с цепочками поставок, ростом арендной платы, дисбалансом на рынке труда. На современном этапе в большинстве организаций ресторанного бизнеса отсутствует четко выстроенная стратегия адаптации и дальнейшего развития. Тактические решения, принимаемые в условиях дина-

мичной внешней среды, имеют точечный и, как правило, краткосрочный характер, маскируя накапливающиеся в процессе экономической деятельности проблемы.

В настоящее время потребность в стратегическом видении развития предприятий, в том числе предприятий ресторанной индустрии, не вызывает никаких сомнений. Именно от того, что будет поставлено во главу угла руководством предприятий, будет зависеть и выбор тактических инструментов для решения имеющихся и возникающих проблем. Таким образом, в условиях цифровой динамической экономической ситуации руководству предприятий необходимо мониторить условия развития цифровых инструментов и создавать действенные цифровые стратегии развития предприятий ресторанной индустрии.

Список литературы

1. Отчет Ассоциации ресторанного бизнеса. URL: <https://go.restaurant.org/rs/078-ZLA-461/images/2021-State-of-the-Restaurant-Industry.pdf> (дата обращения: 18.11.2023).
2. Гасан В. В., Соколов А. Ю. Факторы ускорения модернизации предприятий общественного питания России // Траектории технологического развития. 2023. Т. 2, № 2(6). С. 35–41. EDN NYSHID.
3. Морозова М. Р., Панфилова Е. А. Особенности цифровизации ресторанных услуг на примере Ростовской области // Инновационные стратегии и механизмы управления экономикой: материалы XX Международной научно-практической конференции профессорско-преподава-

тельского состава, молодых ученых и студентов, Ростов-на-Дону, 22 октября 2020 года. Ростов н/Д: ИП Беспамятнов С. В., 2020. С. 84–88. EDN ISFDSL.

4. Митяшин Г. Ю. Проблемы цифровизации ресторанного бизнеса // Наука, образование и бизнес: новый взгляд или стратегия интеграционного взаимодействия: сборник научных трудов по материалам II Международной научно-практической конференции. Нальчик, 20–22 октября 2022 года. Нальчик: Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В. М. Кокова, 2022. Ч. 1. С. 113–117. EDN POWERO.

5. Левина Д. А., Синицына Е. В. Оптимизация и цифровизация производственных процессов в предприятии сферы сервиса и услуг, обеспечивающих повышение уровня конкурентоспособности // Расширение информационного пространства и оптимизация научного потенциала в подготовке высококвалифицированных специалистов сферы сервиса: оптимизация, рационализация, инновации: сборник материалов VII Межрегиональной студенческой научно-исследовательской конференции, Санкт-Петербург, 07 декабря 2023 года / под научной редакцией Е. В. Сорокиной, И. М. Асановой. Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2023. С. 142–145. EDN OUKVYN.

6. Гареев Р. Р. Тренды гостиничного, ресторанного и туристического бизнеса в посткоронавирусный период в России // Актуальные проблемы развития туризма: материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 24–25 марта 2021 года / под редакцией С. В. Дусенко, Н. Л. Авиловой. М.: Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма, 2021. С. 25–30. EDN CWWUCK.

7. Фомич В. В., Карачун И. А. Цифровая трансформация сферы услуг общественного питания // Цифровая трансформация – шаг в будущее: материалы II Международной научно-практической конференции молодых ученых, посвященной 100-летию Белорусского государственного университета, Минск, 27 октября 2021 года / редколлегия: И. А. Карачун, Б. Н. Панышин, А. А. Королёва. Минск: Белорусский государственный университет, 2021. С. 300–303. EDN ZQFRYQ.

8. Азимов У. Х. Управление предприятиями быстрого питания с помощью цифровых технологий // Новые тенденции и проблемы в теории и практике управления: сборник материалов Международной научной конференции, Москва, 24–25 октября 2019 года. М.: Российский университет дружбы народов, 2020. С. 10–14. EDN EDLTTT.

9. Сериков К. Н., Анисимов А. Ю. Особенности оценки эффективности стратегии ресторанного бизнеса в условиях экономической нестабильности // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2023. № 2. С. 69–78. <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-2-69-78>.

10. Сериков К. Н., Анисимов А. Ю. Особенности оценки стратегического потенциала организации ресторанного бизнеса в условиях перехода на процессную модель управления // Вестник НГУЭУ. 2023. № 3. С. 71–82. <https://doi.org/10.34020/2073-6495-2023-3-071-082>.

11. Ахмедова Р. Р., Покаместов И. Е. Применение конкурентных стратегий для предприятий ресторанного бизнеса в условиях цифровизации экономики // Современная конкуренция. 2022. Т. 16, № 4(88). С. 95–106. <https://doi.org/10.37791/2687-0657-2022-16-4-95-106>. EDN OTYVLN.

12. Соломатина В. И. Основные преимущества создания программной аналитической платформы в сфере ресторанного бизнеса // Аллея науки. 2018. Т. 3, № 8(24). С. 67–69. EDN YLZDRB.

13. Шевелев П. С., Шмаркова Л. И. Автоматизация как инструмент оптимизации ресторанного бизнеса // Экономическая среда. 2017. № 1(19). С. 49–53. EDN YUJJQB.

14. Матвеева Е. А., Абдулова Л. Р. Автоматизация бизнес-процессов в ресторанной индустрии // Вестник современных исследований. 2018. № 11.8(26). С. 366–370. EDN YRWSIH.

15. Мордовченков Н. В., Попова И. Ю. Современный уровень информационной инфраструктуры в управлении ресторанным бизнесом // Вестник НГИЭИ. 2016. № 5(60). С. 48–59. EDN TUNXZE.

16. Дубаев Д. К., Ковынева Л. В. Современные информационные технологии в ресторанном бизнесе // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. 2022. Т. 1. С. 531–534. EDN CFXCZL.

17. Автоматизация торгово-технологических процессов на современных предприятиях общественного питания / Т. В. Яковлева, А. В. Стриженко, С. В. Белоусова [и др.] // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. 2016. № 1(349). С. 124. EDN VRFILH.

18. Крючков О. О., Шавандина И. В. Моделирование и автоматизация бизнес процессов деятельности организаций общественного питания // Вестник Кыргызского национального аграрного университета имени К. И. Скрябина. 2021. № 2(56). С. 181–186. EDN HPWXGJ.
19. Кислицын Е. В., Жернаков Р. С. Автоматизация предприятий общественного питания: эволюция, проблемы, пути решения // Глобальный научный потенциал. 2017. № 10(79). С. 170–173. EDN YLNUJF.
20. Мордовченков Н. В., Попова И. Ю. Современный уровень информационной инфраструктуры в управлении ресторанным бизнесом // Вестник НГИЭИ. 2016. № 5(60). С. 48–59. EDN TUNXZE.
21. Индикаторы цифровой экономики: 2022: статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг [и др.]. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2023. 332 с.

References

1. Otchet Assotsiatsii restorannogo biznesa [Report of the Restaurant Industry Association]. Available at: <https://go.restaurant.org/rs/078-ZLA-461/images/2021-State-of-the-Restaurant-Industry.pdf>. (accessed 18.11.2023)
2. Hasan V. V., Sokolov A. Yu. Faktory uskoreniya modernizatsii predpriyatii obshchestvennogo pitaniya Rossii [Factors accelerating the modernization of public catering enterprises in Russia]. *Traektorii tekhnologicheskogo razvitiya = Trajectories of Technological Development*, 2023, vol. 2, no. 2(6), pp. 35–41. EDN HYSHID
3. Morozova M. R., Panfilova E. A. [Features of digitalization of restaurant services on the example of the Rostov region]. *Innovatsionnye strategii i mekhanizmy upravleniya ekonomikoi. Materialy XX Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii professorsko-prepodavatel'skogo sostava, molodykh uchenykh i studentov, Rostov-na-Donu, 22 oktyabrya 2020 goda* [Innovative strategies and mechanisms of economic management. Materials of the XX international scientific and practical conference of faculty, young scientists and students, Rostov-on-Don, October 22, 2020]. Rostov-on-Don, Individual entrepreneur Sergey Vladimirovich Bepamyatnov Publ., 2020, pp. 84–88. (In Russ.) EDN ISFDSL
4. Mityashin G. Yu. [Problems of digitalization of the restaurant business]. *Nauka, obrazovanie i biznes: novyi vzglyad ili strategiya integratsionnogo vzaimodeistviya. Sbornik nauchnykh trudov po materialam II Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Nal'chik, 20–22 oktyabrya 2022 goda* [Science, education and business: a new look or strategy for integration interaction. Collection of scientific papers based on the materials of the II International Scientific and Practical Conference, Nalchik, October 20–22, 2022]. Nalchik, Kabardino-Balkarian State Agrarian University named after V. M. Kozlov, 2022, pt. 1, pp. 113–117. (In Russ.) EDN POWERO
5. Levina D. A., Sinitsyna E. V. [Optimization and digitalization of production processes in enterprises in the service sector and services that ensure an increase in the level of competitiveness]. *Rasshirenje informatsionnogo prostranstva i optimizatsiya nauchnogo potentsiala v podgotovke vysokokvalifitsirovannykh spetsialistov sfery servisa: optimizatsiya, ratsionalizatsiya, innovatsii. Sbornik materialov VII Mezhhregional'noi studencheskoi nauchno-issledovatel'skoi konferentsii, Sankt-Peterburg, 07 dekabrya 2023 goda* [Expansion of the information space and optimization of scientific potential in the training of highly qualified specialists in the service sector: optimization, rationalization, innovation. Collection of materials of the VII Interregional Student Research Conference, St. Petersburg, December 07, 2023]; ed. by E. V. Sorokina, I. M. Asanova. Kirov, Interregional Center for Innovative Technologies in Education Publ., 2023, pp. 142–145. (In Russ.) EDN OUKVYN
6. Gareev R. R. [Trends in the hotel, restaurant and tourism business in the post-coronavirus period in Russia]. *Aktual'nye problemy razvitiya turizma. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Moskva, 24–25 marta 2021 goda* [Current problems of tourism development. Proceedings of the international scientific and practical conference, Moscow, March 24–25, 2021]; ed. by S. V. Dusenkov, N. L. Avilova. Moscow, Russian State University of Physical Culture, Sports, Youth and Tourism (GTSOLIFK), 2021, pp. 25–30. (In Russ.) EDN CWWUCK

7. Fomich V. V., Karachun I. A. [Digital transformation of the public catering services sector]. *Tsifrovaya transformatsiya – shag v budushchee. Materialy II Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii molodykh uchenykh, posvyashchennoi 100-letiyu Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta, Minsk, 27 oktyabrya 2021 goda* [Digital transformation – a step into the future. Materials of the II International Scientific and Practical Conference of Young Scientists, dedicated to the 100th anniversary of the Belarusian State University, Minsk, October 27, 2021 of the year]; ed. by I. A. Karachun (chief editor), B. N. Panshin, A. A. Queen. Minsk, Belarusian State University, 2021, pp. 300–303. (In Russ.) EDN ZQFRYQ.
8. Azimov U. Kh. [Management of fast food enterprises using digital technologies]. *Novye tendentsii i problemy v teorii i praktike upravleniya. Sbornik materialov Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii, Moskva, 24–25 oktyabrya 2019 goda* [New trends and problems in the theory and practice of management. Collection of materials of the International Scientific Conference, Moscow, October 24–25, 2019]. Moscow, Peoples' Friendship University of Russia Publ., 2020, pp. 10–14. (In Russ.) EDN EDLTTT
9. Serikov K. N., Anisimov A. Yu. Osobennosti otsenki effektivnosti strategii restorannogo biznesa v usloviyakh ekonomicheskoi nestabil'nosti [Features of assessing the effectiveness of restaurant business strategy in conditions of economic instability]. *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski = State and Municipal Management. Scientific Notes*, 2023, no. 2, pp. 69–78. <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-2-69-78>
10. Serikov K. N., Anisimov A. Yu. Osobennosti otsenki strategicheskogo potentsiala organizatsii restorannogo biznesa v usloviyakh perekhoda na protsessnuyu model' upravleniya [Features of assessing the strategic potential of a restaurant business organization in the context of the transition to a process management model]. *Vestnik NGUEU = Bulletin of NSUEM*, 2023, no. 3, pp. 71–82. <https://doi.org/10.34020/2073-6495-2023-3-071-082>
11. Akhmedova R. R., Pokamestov I. E. Primenenie konkurentnykh strategii dlya predpriyatii restorannogo biznesa v usloviyakh tsifrovizatsii ekonomiki [Application of competitive strategies for restaurant business enterprises in the context of digitalization of the economy]. *Sovremennaya konkurentsia = Modern Competition*, 2022, vol. 16, no. 4(88), pp. 95–106. <https://doi.org/10.37791/2687-0657-2022-16-4-95-106>. EDN OTYVLN.
12. Solomatina V. I. Osnovnye preimushchestva sozdaniya programmnoi analiticheskoi platformy v sfere restorannogo biznesa [The main advantages of creating a software analytical platform in the restaurant business]. *Alleya nauki = Alley of Science*, 2018, vol. 3, no. 8(24), pp. 67–69. EDN YLZDRB
13. Shevelev P. S., Shmarkova L. I. Avtomatizatsiya kak instrument optimizatsii restorannogo biznesa [Automation as a tool for optimizing the restaurant business]. *Ekonomicheskaya sreda = Economic Environment*, 2017, no. 1(19), pp. 49–53. EDN YUJJQB
14. Matveeva E. A., Abdulova L. R. Avtomatizatsiya biznes-protsessov v restorannoi industrii [Automation of business processes in the restaurant industry]. *Vestnik sovremennykh issledovaniy = Bulletin of Modern Research*, 2018, no. 11.8(26), pp. 366–370. EDN YRWSIH
15. Mordovchenkov N. V., Popova I. Yu. Sovremennyyi uroven' informatsionnoi infrastruktury v upravlenii restorannym biznesom [Modern level of information infrastructure in restaurant business management]. *Vestnik NGIEI = Bulletin of NGIEI*, 2016, no. 5(60), pp. 48–59. EDN TUNXZE
16. Dubaev D. K., Kovyneva L. V. Sovremennye informatsionnye tekhnologii v restorannom biznese [Modern information technologies in the restaurant business]. *Nauchno-tekhnicheskoe i ekonomicheskoe sotrudnichestvo stran ATR v XXI veke = Scientific, Technical and Economic Cooperation of Asia-Pacific Countries in the 21st Century*, 2022, vol. 1, pp. 531–534. EDN CFXCZL
17. Yakovleva T. V., Strizhenko A. V., Belousova S. V., eds. Avtomatizatsiya torgovo-tekhnologicheskikh protsessov na sovremennykh predpriyatiyakh obshchestvennogo pitaniya [Automation of trade and technological processes at modern public catering enterprises]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Pishchevaya tekhnologiya = Proceedings of Higher Educational Institutions. Food Technology*, 2016, no. 1(349), p. 124. EDN VRFILH
18. Kryuchkov O. O., Shavandina I. V. Modelirovanie i avtomatizatsiya biznes protsessov deyatel'nosti organizatsii obshchestvennogo pitaniya [Modeling and automation of business processes in the activities of public catering organizations]. *Vestnik Kyrgyzskogo natsional'nogo agrarnogo universi-*

teta imeni K. I. Skryabina = *Bulletin of the Kyrgyz National Agrarian University named after. K. I. Scia-bin*, 2021, no. 2(56), pp. 181–186. EDN HPWXGJ

19. Kislitsyn E. V., Zhernakov R. S. Avtomatizatsiya predpriyatii obshchestvennogo pitaniya: evolyutsiya, problemy, puti resheniya [Automation of public catering enterprises: evolution, problems, solutions]. *Global'nyi nauchnyi potentsial* = *Global Scientific Potential*, 2017, no. 10(79), pp. 170–173. EDN YLNUJF

20. Mordovchenkov N. V., Popova I. Yu. Sovremennyyi uroven' informatsionnoi infrastruktury v upravlenii restorannym biznesom [Modern level of information infrastructure in restaurant business management]. *Vestnik NGIEI* = *Bulletin of NGIEI*, 2016, no. 5(60), pp. 48–59. EDN TUNXZE

21. Abdrakhmanova G. I., Vasilkovsky S. A., Vishnevsky K. O., Gokhberg L. M., eds. Indikatory tsifrovoi ekonomiki: 2022. Statisticheskii sbornik [Indicators of the digital economy: 2022. Statistical collection]. Moscow, National Research University Higher School of Economics Publ., 2023. 332 p.

Информация об авторах / Information about the Authors

Ляшков Андрей Викторович, аспирант кафедры предпринимательства и конкуренции, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва, Российская Федерация,
e-mail: andreydam1014pr@gmail.com,
ORCID: 0009-0003-4766-084X

Andrey V. Lyashkov, Post-Graduate Student of the Department of Entrepreneurship and Competition, Moscow University of Finance and Industrial "Synergy", Moscow, Russian Federation,
e-mail: andreydam1014pr@gmail.com,
ORCID: 0009-0003-4766-084X

Анисимов Александр Юрьевич, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры информационного менеджмента и информационно-коммуникационных технологий им. профессора В. В. Дика, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва, Российская Федерация,
e-mail: anisimov_au@mail.ru,
SPIN: 9732-9601,
ORCID: 0000-0002-8113-4523,
Scopus ID: 57194047333

Aleksandr Yu. Anisimov, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Information Management and Information and Communication Technologies named after Professor V. V. Dick, Moscow University of Finance and Industrial "Synergy", Moscow, Russian Federation,
e-mail: anisimov_au@mail.ru,
SPIN: 9732-9601,
ORCID: 0000-0002-8113-4523,
Scopus ID: 57194047333