

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

*А. А. Морская, магистрант группы 50505022 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук И. А. Шамардина*

Резюме – Внедрение цифровизации в пищевой бизнес способствует для повышения его уровня, его эффективности, за счет оптимизации и автоматизации бизнес-процессов. Цифровизация позволяет обрабатывать и собирать необходимую информацию быстрее, а также осуществлять анализ больших массивов данных. Они могут быть преобразованы в полезные бизнес-знания, которые затем можно использовать для развития своего бизнеса.

Resume – The introduction of digitalization in the food business helps to increase its level, its efficiency, by optimizing and automating business processes. Digitalization allows you to process and collect the necessary information faster, as well as analyze large amounts of data. They can be transformed into useful business knowledge, which can then be used to break up your business.

Введение. Ввиду значительной конкуренции в пищевом бизнесе спрос на цифровые технологии на рынке растет [1]. В настоящее время изменение бизнеса с внедрением современных технологий, а именно искусственного интеллекта, умных устройств, социальных сетей – вынужденное условие для поддержания бизнеса общественного питания на рынке. Поэтому актуальным является изучение цифровых технологий, применяемых пищевыми компаниями.

Основная часть. Цифровизация в пищевом бизнесе это формирование цифровых технологий для повышения цифровой культуры, получения доходов в организации (заведении общественного питания) и увеличения лояльности посетителей заведения [1].

Цифровая трансформация позволяет создавать продукты, которые более востребованы потребителями, увеличивает прибыль и привлекательность бизнеса для инвесторов, сможет показать, какие изменения необходимы в корпоративной культуре. Для кафе и ресторанов существует 4 направления цифровизации:

финансы – внедряются сервисы по автоматизации продаж, управленческому, бухгалтерскому и товарно-складскому учету;

потребители – включают в себя сервисы по сбору информации и улучшению взаимоотношений между персоналом и гостями;

поставщики – сервисы по автоматизации документооборота;

сотрудники – сервисы по стандартизации и оптимизации работы сотрудников [1].

Другими словами, можно сказать, что технологии, которые направлены на повышение качества обслуживания клиентов с одной стороны, а с

другой – на оптимизацию работы персонала и кухни, можно отнести к цифровым технологиям.

В настоящее время всё большую популярность приобретают следующие виды цифровизации пищевого бизнеса [2]:

1. EIKO. Это общая система управления персоналом, а именно, от доставки и продаж и до финансов. Система фиксирует перемещение товаров и денежных средств в режиме реального времени. Eiko используют в таких заведениях пищевого бизнеса как: рестораны, бары, кафе, пиццерии, столовые, пекарни, кондитерские.

2. POSTER. Облачный сервис, используемый для автоматизации ресторанов, кафе либо небольшого магазина на планшете. Сервис позволяет спроектировать виртуальную карту зала, контролировать и принимать заказы, контролировать кассу, печатать чеки, вести учет запасов, клиентскую базу и список сотрудников.

3. PLAZIUS. Это приложение, которое устанавливается на мобильный телефон, его используют для оплаты счета в ресторане либо кафе. Приложение позволяет оплатить счет и оставить чаевые без использования платежного терминала. Совместно с чеком, от официанта, посетитель получает код для входа в приложение Plazius. После входа кода в приложение клиент видит свой заказ и может его оплатить. Деньги списываются с карты, привязанной к Plazius. Официанты мгновенно получают чаевые на Яндекс. Кошелек, а администраторы заведения, в свою очередь, могут отслеживать получение чаевых в отчете.

4. MixCart. Это сервис для автоматизации закупок ресторанов. Эта платформа преобразует управление закупками и документооборотом путем автоматизации этих процессов: рестораны и поставщики управляют закупками с помощью облачного решения.

5. Робот-официант. Технология использования роботизированного комплекса заключается в том, что при появлении новых гостей администратор (либо другой сотрудник заведения) вызывает робота-официанта через свою консоль вызова. Используя заранее составленную карту помещений, робот подъезжает самостоятельно к администратору заведения. Администратор, через консоль вызова, предоставляет ему электронное меню и указывает номер столика, куда данное меню необходимо предоставить. Робот самостоятельно доставляет электронное меню к столу гостей и предлагает гостям сделать заказ через него. После того, как электронный заказ оформлен, робот отправляется обслуживать следующих гостей. Роботы самостоятельно перемещаются по помещению, используя алгоритм навигации.

Заключение. Цифровизация позволяет собирать большой объем данных из практически неограниченного числа источников во всех звеньях продовольственной цепи и смежных областях. Обработка огромного количества данных требует значительных инвестиций, но по результату есть возможность получить уникальные знания и информацию, которые способствуют повышению эффективности пищевого бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Особенности цифровой трансформации предприятий индустрии питания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/lib/110502> – Дата доступа: 26.03.2023.
2. Цифровизация в ресторанном бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/services/444002-cifrovizaciya-v-restorannom-biznese-chto-vnedrit-chtoby-stalo-legche> – Дата доступа: 26.03.2023.

УДК 502

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

*Е.А. Панасюк, студент группы 10504322 ФММП БНТУ,
научный руководитель - старший преподаватель И.Е. Ругалёва*

Резюме – рассмотреть проблематику экологии в экономике и найти пути ее решения.

Resume – address environmental issues in the economy and find solutions.

Введение. Экология занимает далеко не последнее место в современной жизни человека, однако настолько же сильно она важна и для экономики. К сожалению, в силу развивающихся масштабов производств и роста экономик стран, на экологию оказывается ужаснейшее воздействие, которое уже начало влиять на наши жизни, а в будущем это влияние будет ощущаться всё сильнее и сильнее.

Основная часть. Как я уже упоминала ранее, в 21 веке проблематика экологии всё чаще выходит на передний план. Последствия влияния экономики на экологию видны отчётливо и ими являются: обезлесение, загрязнение воздуха, энергетический и ресурсный кризисы, истощение минеральных и пресноводных ресурсов. Однако самой главной проблемой в данное время является глобальное потепление, которое происходит в результате выброса парниковых газов, задерживающих солнечное тепло. Больше всего на это влияют ископаемые виды топлива (уголь, нефть и газ). Переход на альтернативные источники энергии может стать максимально удачным решением этой проблемы. Однако, для осуществления этого нужна именно глобальная мобилизация, необходимо сделать технологии использования возобновляемых источников энергии глобальным общественным благом, улучшить глобальный доступ к компонентам и сырью. Безусловно, перевод мировой экономики в такую степь займёт не один десяток лет, поэтому страны активно двигаются к так, называемой «зеленой экономике», выполняющая несколько функций: защищает окружающую среду и обеспечивает социальное благополучие людей. Ее основные принципы заключаются в следующем: сокращение выбросов веществ в атмосферу веществ, экономное распределение природных ресурсов и энергии, защита биоразнообразия и улучшение благосостояния людей [1].