

vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii / pod red. M.N. Titovoj, A.I. Lyubimenko. SPb., 2019. – S. 96-98.

3. Mal'ceva E.S., Paladova T.A. Programmy loyal'nosti i ih aktual'nost' dlya sovremennogo potrebitelya // Obrazovanie i nauka v Rossii i za rubezhom. – 2019. – № 2 (50). – S. 125-129.

4. Suhanova D.I. Funkcionirovanie internet magazina: nedostatki i preimushchestva // Nauchnyj al'manah. – 2017. – № 5-2 (31). – S. 263-266.

5. Shlychkov R.V. Analiz osnovnyh programm loyal'nosti klientov // Teoriya i praktika upravleniya: otvety na vyzovy innovacionnogo razvitiya : materialy IX Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii studentov, magistrantov, aspirantov i molodyh uchenyh. – M., 2018. – S. 23-26.

6. Oficial'nyj sajт AltaiMag. [Elektronnyj resurs]. – URL: <https://altaimag.ru/>.

УДК 338.486

## **АНАЛИЗ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРЕДПРИЯТИЯ ПИТАНИЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ**

**Н.Г. Прудникова, Н.Н. Праздников, М.Н. Игнатенко**

*Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия*

*Аннотация.* Необходимость внедрения систем автоматизированного управления стала очевидным фактором успешного развития бизнеса для большинства предприятий питания. Использование технологий становится средством конкурентной борьбы. Технологический прогресс идет большими темпами. Если раньше предприятия меняли технологическое оснащение в среднем каждые 7-9 лет, то сегодня цикл сократился до 2-4 лет. В работе проведен анализ эффективности внедрения информационных технологий в предприятия питания Алтайского края, определены основные направления развития систем автоматизации, показана динамика и проведен анализ внедрения данных систем в исследуемую сферу края и предложены соответствующие рекомендации. Практическая значимость исследования состоит в том, что в ходе исследования даны методические рекомендации по системам автоматизации в сферу предприятия питания, и возможность, с учетом специфики предприятия, внедрить оптимальную систему для экономической и конкурентной стратегии данных предприятий края.

*Ключевые слова:* предприятия питания, ресторанная деятельность, сервисная деятельность, лояльность клиента, качество обслуживания туристов, информационные технологии, системы автоматизации.

# ANALYSIS OF IMPLEMENTATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN FOOD ENTERPRISES OF THE ALTAI TERRITORY

**N.G. Prudnikova, N.N. Pozdnikova, M.N. Ignatenko**

*Altai State University*

*Barnaul, Russia*

*Abstract.* The need to implement automated management systems has become an obvious factor for successful business development for most food companies. The use of technologies becomes a means of competition. Technological progress is progressing rapidly. If earlier enterprises changed technological equipment on average every 7-9 years, today the cycle has been reduced to 2-4 years. The paper analyzes the effectiveness of the introduction of information technologies in food enterprises of the Altai territory, identifies the main directions of development of automation systems, shows the dynamics and analysis of the implementation of these systems in the study area of the region and offers appropriate recommendations. The practical significance of the study is that the study provides methodological recommendations on automation systems in the field of food enterprises, and the ability, considering the specifics of the enterprise, to implement the optimal system for the economic and competitive strategy of these enterprises in the region.

*Keywords:* catering companies, restaurant activities, service activities, customer loyalty, quality of tourist service, information technology, automation systems.

## *Введение*

Современный рынок предприятий питания отличается не только динамичными темпами развития, но и высокой конкуренцией. Текущая экономическая ситуация в России и в мире ставит перед данными предприятиями инновационные сложные задачи: поиск клиентов, продвижение на рынке, поддержание конкурентоспособности.

Рынок ресторанных услуг остро реагирует на любые изменения внешней среды, поэтому сервисные комплексы вынуждены уделять большое внимание вопросам продвижения, формирования благоприятного имиджа и поддержания лояльности клиентов. Ключевую роль в решении указанных задач играет внедрение систем автоматизации и маркетинговая стратегия в сфере предприятий питания.

Именно данные стратегии, определяющие действия компании в вопросах исследования, планирования, продвижения и управления сбытом, помогает предприятиям питания занять особое место на рынке Алтайского края. Данные механизмы и инструменты, а также их грамотное применение не только помогают предприятию гибко и своевременно реагировать на изменения на рынке, но и порой прогнозировать их.

### *Материалы и методы исследования*

Информационная база исследования – статистические данные по предприятиям питания края; статистические данные по системам автоматизации в ресторанах и кафе края. В ходе работы были использованы: общенаучные методы исследования: контент-анализ литературы по данной теме; анализ и синтез, обобщение и установление общих свойств и признаков для систем автоматизации, были деланы дедуктивные умозаключения. Также были использованы эмпирические, статистические, аналитические, интерпретации и общенаучные методы исследования.

Теоретической и методологической основой исследования послужили научные исследования и методические разработки отечественных и зарубежных ученых в области систем автоматизации в сфере сервиса. Данные аспекты применения систем автоматизации, в том числе и в сфере предприятий питания исследуются в работах таких ученых и специалистов, как П.Г. Николенко, Ю.С. Семенова, Н.В. Акамова, И.Л. Коршунов, С.Ю. Микадзе, У.М. Сталькина, А.М. Полонский, Н.Г. Осипова, В.В. Тарасенко, А.М. Ветитнев и других. Однако существующие на сегодняшний день работы недостаточно освещают проблему внедрения систем автоматизации в сферу предприятия питания, отрасль очень динамичная и изменчивая, системы автоматизации постоянно совершенствуются, появляются новые системы, и они заменяют старые. Таким образом, данная проблематика в научной литературе представлена неполно.

### *Результаты исследования и их обсуждение*

Сегодня общественное питание Алтайского края демонстрирует многообразие представленных форматов, по данным официального сайта Управления Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай общее количество предприятий питания составляет 5789 (табл. 1) [6].

Таблица 1

Характеристика предприятий общественного питания в Алтайском крае

Показатель	Число
Общее количество предприятий общественного питания	5789
Количество кафе	967
Количество ресторанов	281
Количество столовых	1731
Количество баров, пиццерии, чайных, кофеен	494
Количество предприятий питания, представляющих услуги кейтеринга	785
Количество других форм предприятий питания	1531

Среди населения наиболее востребованы: кафе – их в крае 967, ресторанов – 281, столовые – 1731, бары, пиццерии, чайные, кофейни – 494, кейтеринг – 785. Вместе с тем наблюдается диспропорция в развитии объектов общественного питания в городах и сельских территориях.

Автоматизация предприятий общественного питания – процесс внедрения программно-аппаратных комплексов автоматизации бизнес-процессов на

предприятиях общественного питания (рестораны, кафе, столовые, фастфуд-заведения, бары, кейтеринговые компании) [5].

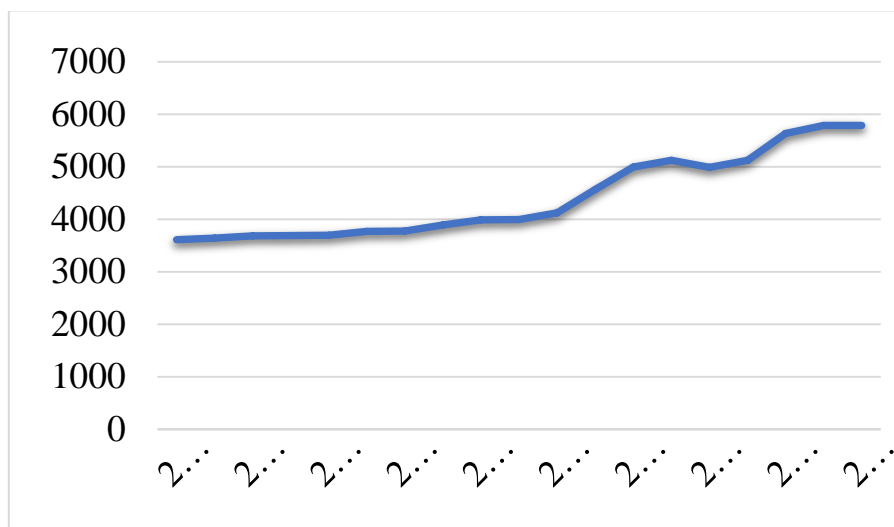


Рис. 1. Динамика количества предприятий общественного питания Алтайского края

За последние 20 лет количество заведений общественного питания Алтайского края выросло на 38% (рис. 1).

Расширение сети общественного питания в последние 5 лет осуществлялось за счет интенсивного роста таких форматов, как кафе, бары, закусочные. Для городов характерно развитие ресторанов, кофеен, предприятий быстрого обслуживания. При этом предприятия быстрого обслуживания зачастую размещаются в торговых и развлекательных центрах в виде «фуд-кортов» на последних этажах зданий [4].

В последние годы сфера общественного питания региона также характеризуется активным развитием объектов дорожного сервиса. Это обусловлено ростом автомобильного парка, возросшей подвижностью населения, а также увеличением туристического потока.

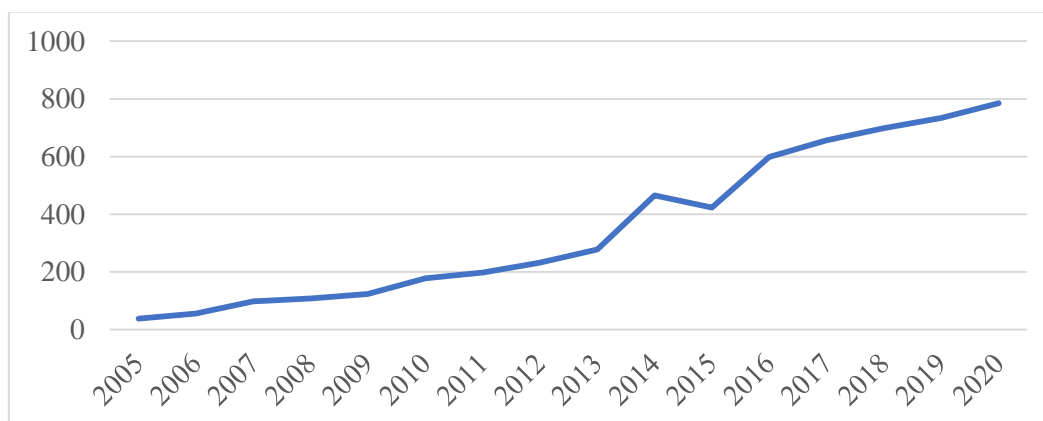


Рис. 2. Рост кейтеринг-индустрии в Алтайском крае

И в связи с изменением образа жизни горожан края стремительно набирает обороты кейтеринг-индустрия в Алтайском крае (рис. 2).

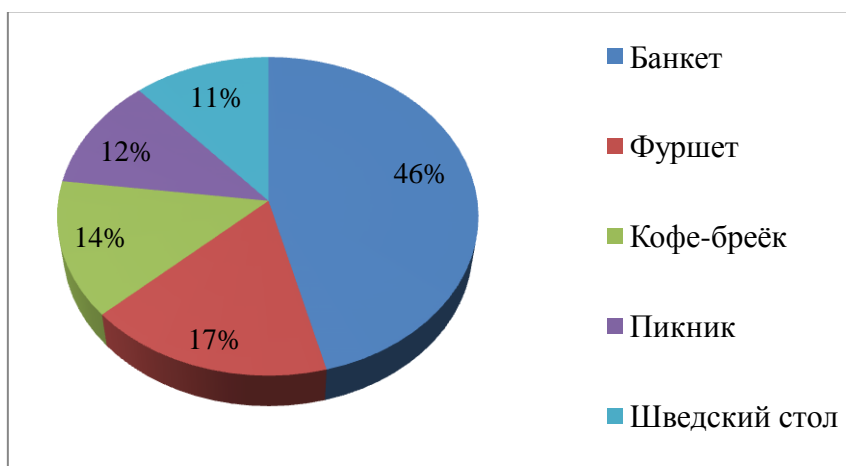


Рис. 3. Доля видов кейтеринг-услуг на рынке Алтайского края

Одна из приоритетных задач, которые сейчас ставят рестораторы, – чтобы система не только помогала обслуживать гостей, но и предусматривала возможности для развития заведения [1]: возможность делать различные дисконтные программы, программы лояльности, обслуживание постоянных клиентов. Понятно, что любой ресторатор хочет видеть в своем заведении постоянных клиентов (именно они дают 80% оборота). К таким посетителям нужно подходить индивидуально, предоставлять скидки, особое обслуживание и т. д.

В Алтайском крае практически все предприятия общественного питания имеют системы внутриофисной автоматизации (рис. 4).



Рис. 4. Предприятия общественного питания Алтайского края, использующих разработки продуктов внутриофисной автоматизации

При помощи программно-аппаратных комплексов автоматизации возможны следующие процессы [1-3]:

1) продажи – все, что связано с обслуживанием посетителей: прием заказа, отправка его на кухню, формирование счета, расчет с посетителями, выдача фискального чека. Сюда же входят разнообразные механизмы обслужива-

ния постоянных клиентов, маркетинговые акции (скидки, бонусы и т.п.). Если автоматизируется бар, то процесс производства напитков также входит в число операций обслуживания;

2) склад и логистика, бухгалтерский учет. Автоматизируются складские операции – приход и расход продуктов, полуфабрикатов, инвентаризация;

3) управление и контроль деятельности предприятия. Управление персоналом.

Самыми популярными системами в Алтайском крае являются система R-Keer и комплекс TillyPad. Совместная доля остальных разработок – iiko, 1С-ресторан, «Трактирь» и других составляет в крае меньший процент (рис. 5).

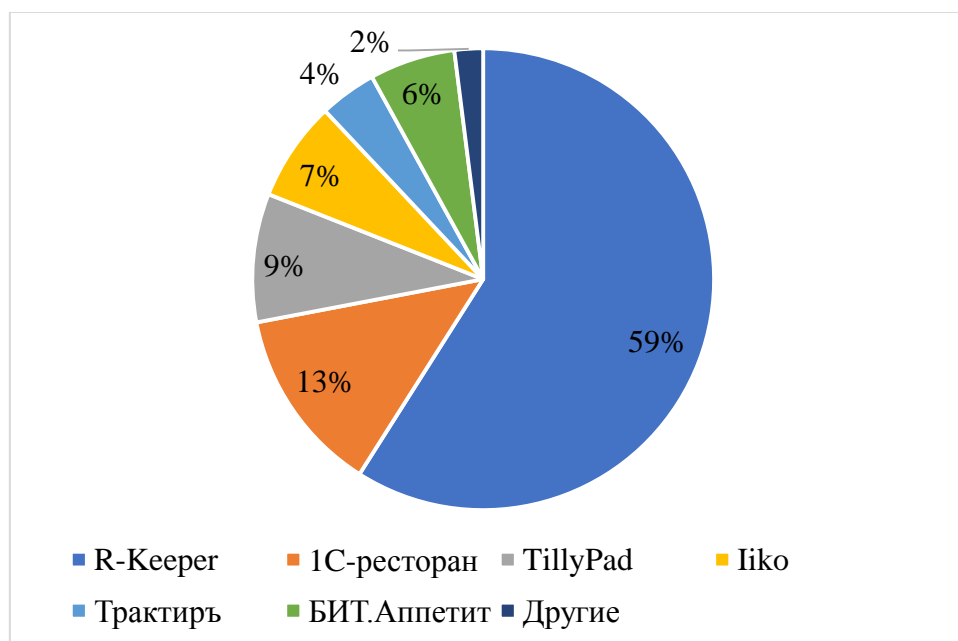


Рис. 5. Внутриофисная автоматизация (АСУ) на предприятиях общественного питания Алтайского края

Если судить по количеству ежегодных установок в последние годы – лидирует система R-Keer 59%, на втором месте – 1С-ресторан 13%.

Данные системы автоматизации позволяют выполнить следующие задачи: повысить прибыльность и снизить издержки предприятия; контролировать и оптимизировать деятельность предприятий; улучшить качество обслуживания посетителей; предотвратить хищения; увеличить производительность труда персонала; поддержать маркетинговые мероприятия; создать систему лояльности и системы скидок для постоянных клиентов; проанализировать деятельность и планирование дальнейшего развития.

Таким образом, в Алтайском крае практически все предприятия общественного питания имеют систему внутриофисной автоматизации (89%). Самыми популярными системами в крае являются система R-Keer и комплекс TillyPad. Совместная доля остальных разработок – iiko, 1С-ресторан, «Трактирь» и других составляет меньший процент. Если судить по количеству ежегодных установок в последние годы – лидирует система R-Keer 59%, на втором месте – 1С-ресторан 13%.

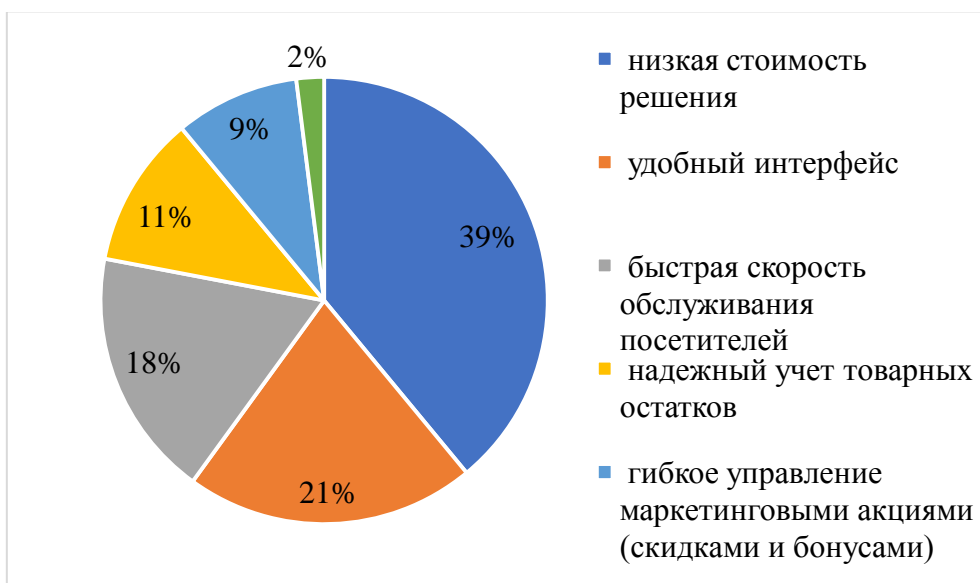


Рис. 6. Основные функции, которые ожидают предприятия общественного питания края от систем внутриофисной автоматизации (АСУ)

Но если в городах система автоматизации установлена практически в 90% заведений, то в сельских предприятиях питания ее нет. Но с ростом предприятий растет и понимание того, что необходимо АСУ устанавливать для повышения прибыли, оптимизации деятельности предприятий, улучшения качества обслуживания посетителей, создания системы лояльности для постоянных клиентов и анализа планирования успешного развития своей деятельности.

#### *Выводы*

Основные задачи внедрения системы автоматизации – наладить учет и повысить скорость и качество обслуживания. Так как 89% сферы предприятий питания края работают в системах автоматизации, это в основном рестораны и кафе городов, поэтому основной задачей остается помочь подобрать АСУ для кафе и столовых в пригородах и селах края. Для более крупных объектов – ресторанов и кафе системами популярными в крае являются R-Keeper и 1С-ресторан, которые не подходят для более мелких столовых и кафе, поэтому для них среди программ автоматизации для сферы общественного питания Алтайского края можно порекомендовать следующие: «iiko», «Poster», «Quick Resto», «Трактирь» «Helpmix». Данные системы – это многофункциональное эффективное решение для автоматизации управления деятельностью средства размещения и по оптимальному сочетанию отчетности, ценовой категории они подходят для эффективного решения по оптимизации работы, улучшения качества сервисного обслуживания и экономической составляющей.

Индустрия питания в кафе и ресторанах, а также кейтеринг, изначально не являясь высокотехнологичной отраслью, в настоящее время стала самой автоматизированной сферой сервиса, так как это позволяет значительно расширить качество и ассортимент услуг, повысить эффективность всех операций. И это одна из сфер сервисного обслуживания, которая будет автоматизирована

быстрее всего, также это связано с активным развитием объектов дорожного сервиса, что обусловлено увеличением туристического потока и возросшей подвижностью населения.

### **Библиографический список**

1. ГОСТ 34.003-90 Информационная технология (ИТ). Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Автоматизированные системы. Термины и определения. Введен 01.01.1992. – М. : Изд-во Стандартиформ, 2009. – 16 с.
2. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме : учеб. пособие. – М. : Приор, 2018. – 143 с.
3. Новиков В.С. Инновации в туризме : учеб. пособие. – 3-е изд. – М. : Академия, 2017. – 208 с.
4. Семенович В.С., Рордигин Л.А. Интернет-технологии и коммерция в туризме: тенденции и прогнозы // Вестн. Моск. гос. областного ун-та. Сер. Экономика. – 2017. – № 2. – С. 101-105.
5. Чуваткин П.П., Самарский Д.В. Вбираем лучшее для вас: влияние инноваций на развитие туризма // Рос. предпринимательство. – 2016. – № 10. – С. 16–19.
6. Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. [Электронный ресурс]. – URL: <https://akstat.gks.ru/>. – Заглавие с экрана.

### **References**

1. GOST 34.003-90 Informacionnaya tekhnologiya (IT). Kompleks standartov na avtomatizirovannye sistemy. Avtomatizirovannye sistemy. Terminy i opredeleniya. Vveden 01.01.1992. – M. : Izd-vo Standartinform, 2009. – 16 s.
2. Gulyaev V.G. Novye informacionnye tekhnologii v turizme : ucheb. posobie. – M. : Prior, 2018. – 143 s.
3. Novikov V.S. Innovacii v turizme : ucheb. posobie. – 3-e izd. – M. : Akademiya, 2017. – 208 s.
4. Semenovich B.C., Rordigin L.A. Internet-tekhnologii i kommerciya v turizme: tendencii i prognozy // Vestn. Mosk. Gos. oblastnogo un-ta. Ser. Ekonomika. – 2017. – № 2. – S. 101-105.
5. Chuvatkin P.P., Samarskij D.V. Vbiraem luchshee dlya vas: vliyanie innovacij na razvitie turizma // Ros. predprinimatel'stvo. – 2016. – № 10. – S. 16–19.
6. Upravlenie Federal'noj sluzhby gosudarstvennoj statistiki po Altajskomu krayu i Respublike Altaj. [Elektronnyj resurs]. – URL: <https://akstat.gks.ru/>.