

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА ДЛЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Василов Ильназ Халилович

студент, Казанский Государственный Энергетический Университет(КГЭУ), РФ, Казань

Сектор информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) стало одним из важнейших составляющих экономического развития всего мира.

Ресторанный бизнес, как один из наиболее динамичных и рискованных, не может стоять в стороне от использования достижений ИКТ. Это касается как крупных сетевых, так и средних и малых предприятий отрасли.

На рынке ИКТ сегодня достаточно большой перечень программ для автоматизации ресторанного бизнеса. Сосуществуют программные комплексы старшего поколения (r-keeper, store house, 1С: Парус общепит, Астор общепит, 1С:Предприятие 8. Общепит и другие) и совсем молодые (Jowi, Quick Resto). Постоянное создание новых программных продуктов для ресторанного бизнеса в большей степени обусловлено учетом в последних новых возможностей ИКТ и соответствующих изменений в технологии обработки данных.

Практически все используемые программы комплексной автоматизации построены по модульному принципу, что предоставляет возможность наращивать функциональность системы автоматизации бизнеса. Но есть и другая сторона этой технологии – начальная частичная автоматизация и необходимость докупать модули, что для малых и средних предприятий не всегда возможно. Разработчики нашли выход из этой ситуации – создали модуль со всеми основными функциями, необходимыми для начала нормальной работы любого предприятия ресторанного бизнеса (ПРБ) (TillyPadXL, iiko). Например, приобретая лицензию на одно рабочее место (iikoRMS Solo) владелец предприятия получает программное обеспечение для склада, финансов, алкогольной декларации, расчетов с поставщиками, управление персоналом, счета калорий и т.п. Это достаточно полная автоматизация малых предприятий – баров, фудкортов, столовых. Далее основной модуль может дополняться более специфическими модулями своей разработки либо стыковаться с программами других разработчиков (например, «1С», «Контур» и др.) в зависимости от желания и возможностей пользователей.

Значительное количество новаций в системах автоматизации ПРБ связано с появлением новых технологий доставки сервисов ИКТ потребителям – с облачными технологиями. На сегодня весь спектр систем автоматизации ПРБ с точки зрения предоставляемых сервисов можно разделить на автономные, облачные и гибридные.

Автономные системы устанавливаются локально в ПРБ, где и хранятся все данные. Доступ к данным возможен только из этого заведения, что осложняет работу удаленных собственников. Примерами локально устанавливаемых систем являются R-Keeper, iiko, АСТОР, Intellect Style, Pos Sector, РСТЬ: Рестораторъ, Магия и др. [1].

Облачные системы полностью вынесены за пределы ПРБ, а рабочие места сотрудников подключаются к ним через интернет (MICROS американской корпорации MICROS, Quick Resto). В чистом виде таких систем совсем не много, т.к. вопросы работы сети, стабильной подачи электроэнергии являются сильными факторами риска – их резкое изменение гарантирует нарушение работы системы.

Гибридные системы учитывают положительные моменты обеих предыдущих систем и стараются нивелировать их недостатки. При работе системы актуальные данные выгружаются в локальный модуль, который ведет постоянный обмен информацией с удаленным сервером. В случае нарушения связи в сети работа продолжается на базе локального модуля. При восстановлении связи центральная база актуализируется. Этим обусловлено появление достаточно большого количества таких систем – Jowi, Poster, GBS.Market, Трактиръ и др. Большое количество интеграторов предлагает перевести и стыковать бизнес-приложения различных разработчиков в облачные структуры.

При автоматизации бизнес-процессов ПРБ необходимо использовать специализированное оборудование, которое следует разделить на две группы:

- оборудование для обеспечения работы автоматизированной информационной системы ресторана;
- технологическое оборудование.

К оборудованию автоматизированной информационной системы ресторана, кроме ПК, относятся сенсорные панели, динамичные меню-борды, POS системы разного уровня сложности, КПК, планшетные компьютеры, чековые принтеры, мобильные терминалы данных, термостойкие сервис-принтеры.

Для ПРБ центром внимания всегда является клиент. Привлечение и удержание клиента в заведении в основном обеспечивает доходность последнего. Поэтому современные разработчики систем наибольшее внимание уделяется оборудованию, с которым тем или иным способом контактирует клиент.

На этапе привлечения клиента одним из средств визуального воздействия используются системы Digital Signage. Примером их использования может служить сеть ресторанов KFC [2], в каждом заведении которой динамичные меню-борды управляются из удаленного сервера в режиме реального времени даже в выключенном состоянии. Кроме того, данные могут загружаться заранее и при сбоях сети проигрываться с плеера. Система Digital Signage позволяет контролировать единую ценовую и ассортиментную политику, осуществлять оперативную смену контента по всей сети, уменьшить издержки.

Продолжением визуального контакта с клиентом и в то же время оформительским решением любых событий в заведении ресторанного бизнеса могут быть сенсорные панели, которые позволяют мгновенно менять обстановку и эмоциональное состояние клиентов.

Для принятия заказа от гостя используются: планшеты, мобильные терминалы, разработаны и используются системы самостоятельного заказа блюд гостем с помощью планшетов, вмонтированы в стол или стену зала. Последнее дает возможность гостю совместить процесс заказа с активным знакомством с меню, отдельными блюдами, ненавязчиво дать некоторые рекомендации по сочетанию блюд и напитков, ускорить получение расчетного чека, оперативно получить оценку качества обслуживания, отдельных блюд, всего заведения.

Самое современное достижение ИКТ для работы с клиентами – интерактивные столы, которые позволяют предоставить гостю все богатство Интернета. Они реагируют на несколько касаний (до 5 человек) и могут предоставлять нужную информацию. На сегодня это достаточно дорогой и сложный инструмент, который используется только в четырех ресторанах мира. Но учитывая стремительность развития ИКТ, уже через несколько лет это оборудование найдет более широкое распространение.

Другой участок, на котором наблюдается изменения в оборудовании – это кухня. Сейчас заказ через официанта POS-систему попадает на сервис-принтер кухни и распечатывается там. Для больших кухонь, где работает несколько поваров, есть уже более интересные разработки – KDS (kitchen display system). На KDS (большое табло) появляются заказы по порядку их поступления с использованием разноцветного выделения блюд, закрепленных за поварами. Система контролирует этапы приготовления блюд, может сигнализировать об опоздании. Официант в то же время видит степень готовности блюда.

Вторая группа оборудования – это высокотехнологичное многофункциональное оборудование, которое можно подключать к информационной системе предприятия. К такому оборудованию можно отнести системы разлива напитков, которые позволяют оперативно фиксировать объемы отпущенных клиентам тех или иных напитков и тем самым не допускать злоупотреблений со стороны барменов. Это система мини-баров, например компании Bartech, которые имеют программное обеспечение по контролю за наличием и сроками хранения продуктов, за открытием и закрытием бара.

На кухнях ресторанов все активнее используются программируемые пароконвектоматы, которые выпускаются российскими, немецкими и другими зарубежными фирмами. Таким оборудованием можно управлять дистанционно – включать и выключать оборудование, отслеживать его параметры. Аналогично можно использовать программируемое холодильное оборудование. К 2020 году прогнозируется значительное увеличение технических устройств, которые будут управляться через Интернет.

Ресторанный бизнес активно пытается использовать возможности Интернету для подъема имиджа предприятия и привлечения клиентов. Однако анализ наличия Wi-Fi зоны в зале предприятия и использования Интернета гостями в процессе отдыха не обнаружил значительного интереса к этому вопросу. Гости приходят отдохнуть, развлечься. Возможность выхода в Интернет не имеет стимулирующего значения при довольно значительном распространении ПК, ноут - и нетбуков, планшетов и мобильных телефонов. Успех интерактивных столов скорее в их новизне и редкости, чем в реализации функций отдыха. Поэтому Интернет для ПРБ несет больше производственные нагрузки – это элемент маркетинговой работы. Необходимо обратить внимание на такое массовое явление, как социальные сети, и возможность их использования для активного привлечения клиентов.

Для больших предприятий и сетей ресторанного бизнеса использование социальных сетей становится доступным и действенным инструментарием для создания имиджа, привлечения гостей, специалистов для работы, получения данных об оценке деятельности предприятия. Такую работу без специальной подготовки выполнять не очень просто. Маркетолог должен знать, какие социальные сети есть, какой инструментарий по налаживанию и поддержке связей они имеют, иметь психологические знания по формированию активного контента для воплощения целей предприятия, определиться с оценкой эффективности работы.

К наиболее востребованным на сегодня сетевым сервисам можно отнести рекламу с географическим таргетингом, резервирование столиков через Интернет, использование систем лидогенерации.

Таким образом, в процессе анализа наиболее перспективных направлений внедрения достижений ИКТ в работу предприятий ресторанного бизнеса были выделены следующие:

- разработка и использование автоматизированных информационных систем, которые сразу дают возможность автоматизировать все основные бизнес-процессы предприятия независимо от их размера;
- разработка и использование удаленных, «облачных» сервисов для уменьшения расходов и повышения уровня автоматизации управления предприятиями ресторанного бизнеса;
- разработка новых технологий в обслуживании клиентов на основе современных компьютерных и сетевых средств;
- внедрение высокотехнологичного многофункционального оборудования, которое можно подключать к информационной системе предприятия и которым можно управлять дистанционно;
- использование информационных сообществ, социальных сетей и других достижений информационно-коммуникационных технологий для повышения эффективности маркетинговой работы и привлечения новых клиентов.

Список литературы:

1. Автоматизация ресторана: 24 интересных инструмента. URL:
<http://habrahabr.ru/post/258679/>
2. Акулинин П. Сеть ресторанов KFC внедрила систему Digital Signage. URL:
<http://www.iemag.ru/news/detail.php?ID=34085>
3. Как облачные решения меняют ресторанную индустрию? URL:
<http://www.prohotel.ru/news-188396/0/>
4. Пак Е. Как продвигать ресторан в интернете: 8 эффективных идей. URL:
<http://www.cossa.ru/articles/155/102898/>