

**С. В. Стасюкевич**, ассистент

e-mail: s.stasyukevich@mail.ru

БГЭУ (г. Минск)

**И. В. Уриш**, канд. экон. наук, доцент

e-mail: i.urish@inbox.ru

БГЭУ (г. Минск)

## **Цифровая трансформация ресторанного бизнеса посредством использования сервисов агрегаторов заказа и доставки еды**

Наиболее актуальным вектором развития ресторанного бизнеса, на наш взгляд [1, 2, 3], выступает внедрение цифровых технологий в бизнес-процессы производства, обслуживания, управления, маркетинга, а также создание цифровой модели бизнеса на основе единой цифровой платформы [4, с. 255].

Популярным направлением цифровой трансформации ресторанного бизнеса являются сервисы по заказу и доставке пищевой продукции покупателям, которые объединяют мобильные, web-приложения для заказа продукции и столиков в кафе и ресторанах, приложения для курьеров с базой данных клиентов, системы электронных платежей [4, с. 256].

Сервисы агрегаторы заказа и доставки представляют собой онлайн-платформы, на которых представлен широкий спектр объектов общественного питания с разнообразным ассортиментом продукции и товаров. Для доступа покупатель может воспользоваться веб-сайтом и/или мобильным приложением, выбрать из списка нужный объект, сформировать заказ и получить его по указанному адресу. Цены на продукцию и товары, представленные агрегатором, как правило, аналогичны меню объектов ресторанного бизнеса. Оплата возможна как наличными, так и в безналичной форме.

На белорусском рынке функционируют различные сервисы агрегаторы заказа и доставки еды из объектов ресторанного бизнеса: Delivio.by, «Яндекс.Еда», а также menu-menu.by, just-eat.by, enot.delivery.by, carte.by и др.

При доставке еды сервисы агрегаторы работают по двум бизнес-моделям: доставка собственной курьерской службой или по модели «маркетплейс», когда заказы доставляют курьеры самих объектов ресторанного бизнеса. Некоторые из агрегаторов, пытаются совместить эти две модели, и службу доставки и маркетплейс.

С позиции покупателей преимуществами применения сервисов агрегаторов для заказа и доставки еды являются: быстрая доставка; простота заказа; большой список доступных ресторанов, кафе и других объектов; возможность заказа разнообразной кухни; наличие акции и специальных предложений. Однако наличие у агрегатора предложений от объектов с низкой репутацией может оказать негативное влияние на лояльность покупателей, так и сказаться на имидже крупных игроков ресторанного бизнеса.

Трендами белорусского рынка доставки еды являются: рост количества заказов, сокращение времени ожидания заказа, ускорение оборачиваемости (среднее число заказов, которые курьер успевает доставить за час), увеличение среднего чека, рост количества ресторанов, работающих с агрегаторами, увеличение количества сервис-агрегаторов и качества их работы.

### **Источники:**

1 Стасюкевич, С. В. Концептуальный подход к развитию общественного питания в Республике Беларусь / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Современные тенденции развития социально-экономических систем: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (27 октября 2017 г., г. Волгоград): сб. статей. — Волгоград: Сфера, 2018. — С. 584–587.

2 Стасюкевич, С. В. Технология организации общественного питания / Стасюкевич С. В., Уриш И. В. — Минск: РИПО, 2019. — 371 с.

3 Уриш, И. В. Организация и технология общественного питания / Уриш И. В., Стасюкевич С. В. — Минск: БГЭУ, 2016. — 410 с.

4 Стасюкевич, С. В. Цифровые инновации как вектор развития ресторанного бизнеса / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: материалы XIV Международ. научно-практ. конференции, Минск, 20 мая 2021 г. — Минск: БГЭУ, 2021. — С. 255–256.