

УДК 69.001.5

**Нестеренко Василий Сергеевич,**

студент,  
кафедра водоснабжения и водоотведения,  
Институт строительства и архитектуры,  
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»,  
г. Екатеринбург, Российская Федерация

**Альменов Артур Рустамович,**

студент,  
кафедра водоснабжения и водоотведения,  
Институт строительства и архитектуры,  
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»,  
г. Екатеринбург, Российская Федерация

**РАЗВИТИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ РЕСТОРАНОВ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ***Аннотация:*

В статье рассмотрена тема введения так называемых «темных кухонь». Введение в России является молодым направлением общественного питания, позволяющим решать производственные проблемы, повысить корпоративно-социальную ответственность ресторанной индустрии, и упростить возможность питания для людей. Изучены примеры успешного использования «темных кухонь» в Европе и их ключевые особенности. Сформулированы предложения повышения эффективности в Екатеринбурге.

*Ключевые слова:*

«Темные кухни», доставка, общепит, лучший опыт.

«Темная кухня» есть заведение с онлайн-сервисом, которое не имеет собственного зала с посадочными местами, и работает только на доставку. По-другому их называют виртуальные рестораны, или призрачные кухни. Название возникло по аналогии с «темными магазинами» вроде Амазон, у которых нет физической витрины, только виртуальная. Выгода очевидна: кухня может располагаться в любом месте, даже в непрезентабельных складских помещениях, а также в удобной транспортной доступности для курьеров. Хозяевам не надо тратиться на аренду и содержание зала в престижном месте, не нужен дополнительный персонал. Меню специально создано так, чтобы блюда сохраняли свои качества при доставке [1, 2].

По данным Росстат, во время карантина рынок общественного питания упал на 50%. Многие заведения были вынуждены перейти в формат «темных кухонь», быстро создать свое приложение для заказа еды, или встроиться уже в существующие агрегаторы, и заняться онлайн-продвижением. Популярность такого формата будет только расти. В апреле 2021 г. X5 Retail Group официально объявили, что начинают осваивать сегмент Dark Kitchen. До конца года они планируют построить в Петербурге до 20 Dark Kitchen сервиса «Много лосося». Если в игру вступают такие гиганты, то можно ожидать, что к 2025 г. «темные кухни» накроют города такими же плотными сетями, как супермаркеты «Пятерочки».

*Автомобильное движение: важность месторасположения заведения [1]*

С помощью сложного алгоритма, отслеживающего движение транспорта по видеоканалам, владельцы ресторанов могут узнать реальную стоимость недвижимого имущества. Система отслеживания транспорта Lanescan от компании SmartLanes Technologies применяет технологию компьютерного зрения, распознавая марку, модель, год выпуска, цвет, штат, страну и регистрационный номер транспортного средства, чтобы оценить интенсивность транспортного движения, выявляя наиболее популярные маршруты, самые посещаемые заведения и т.д. Эта система используется в основном на местоположении объекта. Она может предоставить точные данные по количеству постоянных клиентов, частоту посещения ими заведения и наиболее часто заказываемые блюда. В приложении можно также узнать показатели, характеризующие текущее месторасположение ресторана, такие, как количество новых клиентов, процент удержания постоянных клиентов, среднюю длительность пребывания в ресторане, а также выявить зависимость их предпочтений от наклеек на бампере автомобиля. По мнению Стефана Хэйдена, директора компании SmartLanes Technologies, текущие наборы данных на рынке могут сообщить только о месте жительства потенциальных клиентов. «Средняя длительность пребывания посетителей в заведении предоставляет данные о скорости обслуживания и количестве убытков, понесенных в результате того, что люди уходят из ресторана, не дождавшись своего заказа. По номерам автомобилей на парковке можно определить количество постоянных клиентов заведения и то, как ваши действия

вливают на этот показатель. Это также поможет понять, привлекают ли ваши маркетинговые мероприятия новых клиентов, превращая их в постоянных, или только любителей низких цен», – отметил Хэйден.

Компания SmartLanes выяснила, каким образом ресторану Starbucks удалось привлечь больше клиентов, чем McDonald's, расположенному в том же торговом центре на юге Луисвилла, штат Кентукки. Как выяснилось, большинство посетителей торгового центра проживали более чем в 10 милях от него, и их демографические показатели значительно отличались от показателей населения, проживающего поблизости. «Это месторасположение больше подходило для Starbucks, который привлекал в основном приезжих посетителей, а не тех, кто проживал рядом с торговым центром», – сказал Хэйден.

*Лист ожидания: эффективные аналитические приложения [1]*

Бумажные листы ожидания отходят на второй план, их место занимают простые цифровые решения. Так, например, компанией Long Range Systems было разработано приложение по управлению листом ожидания под названием On Cue for Restaurants (OCR), которое объединяет в себе множество аппаратных средств. По мнению компании, данный продукт представляет собой полноценное приложение для управления рестораном.

OCR уведомляет гостей о том, что их столик готов посредством сообщения на телефон или специальный пейджер компании. Версия 2.0 может быть интегрирована в Table Updater, портативное устройство, позволяющее персоналу обновлять статус столика в любом конце ресторана и синхронизировать приложение на трёх планшетах одновременно. Пользователи могут отслеживать действия других сотрудников в приложении через журнал регистрации операций, в котором отображается текущий статус. Последняя версия OCR доступна на нескольких языках.

Waitlist Me от NoshList – это кроссплатформенное приложение по управлению листом ожидания, которое может распознать постоянных посетителей, найти в истории и показать их предыдущие заказы или предложить эти блюда снова. В приложении пользователи могут посмотреть специальные блюда ресторана, а также изучить демографические и аналитические данные.

Waitlist Me не только сохраняет имена, номера телефонов клиентов, но и распределяет гостей по различным категориям (например, VIP), используя обозначение цветами. В приложении сотрудники смогут увидеть, кто из посетителей уже получил столик, а кто – всё ещё ожидает. Оно также учитывает особые пожелания гостей, которые, например, отмечают день рождения или приходят с маленькими детьми. При занесении информации о клиенте в приложение Waitlist Me, пользователи могут выбрать удобное время посещения и сделать бронь на будущее, которая автоматически отразится в системе. Как только столик готов, приложение автоматически уведомляет клиента через сообщение или звонок. Если клиент перезванивает, ее приложение переводит звонок на номер ресторана.

Вывод. В ближайшем будущем нам стоит привыкать к новациям в общественном питании и с удовольствием пользоваться виртуальными ресторанами

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Назад в будущее: инновационные технологии, меняющая ресторанный индустрию [Электронный ресурс]. – URL: <https://habr.com/ru/companies/jowi/articles/388133/> (дата обращения: 28.03.2023).
2. Что такое «Темная кухня» и как она меняет ресторанный бизнес [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/383769-s-chernogo-vhoda-cto-takoe-temnaya-kuhnya-i-kak-ona-menyaet-restorannyy-biznes> (дата обращения: 28.03.2023).

**Almenov Artur R.,**

Student,

Department of Water Supply and Sanitation,

Institute of Construction and Architecture,

Ural Federal University Named after the First President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

**Nesterenko Vasily S.,**

Student,

Department of Water Supply and Sanitation,

Institute of Construction and Architecture,

Ural Federal University Named after the First President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

## DEVELOPMENT OF VIRTUAL RESTAURANTS IN CATERING

*Abstract:*

The article discusses the topic of the introduction of the so-called "Dark Kitchens". Introduction in Russia is a young direction of public catering, which allows solving production problems, increasing corporate and social responsibility of the restaurant industry, and simplifying the possibility of catering for people. Examples of successful use of "Dark Kitchens" in Europe and their key features are studied. Proposals for improving efficiency in Yekaterinburg are formulated.

*Keywords:*

"Dark kitchens", delivery, catering, the best experience.