

Социально-психологические риски осуществления управленческой деятельности в сфере общественного питания в условиях цифровизации

Джеджея Джони Зурабиевич

Аспирант

ORCID: 0009-0007-9532-7880, e-mail: 79035151033@yandex.ru

Соколовская Ирина Эдуардовна

Д-р психол. наук, проф. каф. социологии, психологии управления и истории

ORCID: 0000-0001-8917-3490, e-mail: i.e.sokol@yandex.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

Цифровизация оказала значительное воздействие на различные аспекты общественной жизни. В контексте экономики данный процесс привел к активному развитию сектора электронной коммерции, увеличению количества онлайн-бизнесов и изменению моделей потребления товаров и услуг. В сфере питания как важного элемента экономики инновационные технологии вносят изменения как в процесс приготовления пищи, так и в опыт потребления. Особое внимание уделено таким рискам, как снижение уровня личной коммуникации, возникновение зависимости от автоматизированных систем, а также стресса и выгорания среди сотрудников. Опрос, проведенный среди респондентов разных поколений, показал разнообразие адаптивных стратегий, применяемых ими в ответ на современные вызовы. Эффективность этих стратегий существенно влияет на подходы к управлению рисками в российских предприятиях общественного питания. Рассмотрены ключевые аспекты воздействия цифровых технологий на межличностные взаимодействия внутри управленческих структур, а также на потребительское поведение. Используя методы качественного и количественного анализа, исследование выявляет влияние цифровизации на коллективные нормы и ценности, а также на психоэмоциональное состояние работников в условиях изменяющегося рынка. Результаты исследования подчеркивают необходимость разработки стратегий, направленных на минимизацию негативных последствий цифровых трансформаций, таких как адаптация управленческих моделей и внедрение программ поддержки психоэмоционального благополучия сотрудников.

Ключевые слова

Цифровизация, электронная коммерция, потребительское поведение, управление рисками, инновационные технологии, психоэмоциональное благополучие, адаптивные стратегии

Для цитирования: Джеджея Д.З., Соколовская И.Э. Социально-психологические риски осуществления управленческой деятельности в сфере общественного питания в условиях цифровизации // Вестник университета. 2025. № 8. С. 289–296.



Social and psychological risks of carrying out management activities in the public catering sphere in the context of digitalization

Joni Z. Jejeja

Postgraduate Student

ORCID: 0009-0007-9532-7880, e-mail: 79035151033@yandex.ru

Irina E. Sokolovskaya

Dr. Sci. (Psy.), Prof. at the Sociology, Management Psychology and History

ORCID: 0000-0001-8917-3490, e-mail: i.e.sokol@yandex.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

Digitalization has had a significant impact on various aspects of public life. In the context of economy, this process has led to active development of e-commerce sector, an increase in the number of online businesses, and a change in consumption patterns of goods and services. In catering sphere, as an important element of economy, innovative technologies bring changes both to the cooking process and to consumption experience. Special attention has been paid to such risks as a decrease in the level of personal communication, emergence of dependence on automated systems, as well as stress and burnout among employees. The survey conducted among respondents of different generations showed the variety of adaptive strategies they apply in response to modern challenges. The effectiveness of these strategies significantly affects the approaches to risk management in Russian catering enterprises. The key aspects of digital technologies impact on interpersonal interactions within management structures, as well as on consumer behavior, have been considered. Using methods of qualitative and quantitative analysis, the study reveals the impact of digitalization on collective norms and values, as well as on the psycho-emotional state of employees in the changing market. The study results emphasize the need to develop strategies aimed at minimizing the negative consequences of digital transformations, such as adapting management models and implementing programs to support the psycho-emotional well-being of employees.

Keywords

Digitalization, e-commerce, consumer behavior, risk management, innovative technologies, psycho-emotional well-being, adaptive strategies

For citation: Jejeja J.Z., Sokolovskaya I.E. (2025) Social and psychological risks of carrying out management activities in the public catering sphere in the context of digitalization. *Vestnik universiteta*, no. 8, pp. 289–296.

ВВЕДЕНИЕ

Период цифровизации – это эпоха, когда информационные технологии и цифровые системы играют решающую роль в повседневной жизни человека и функционировании общества в целом. Это время, когда цифровые технологии определяют не только экономику, но и культуру, образование, связь, медицину, науку и другие аспекты жизни.

Период цифровизации можно считать начавшимся в конце XX в. с появления персональных компьютеров, развитием сети «Интернет» (далее – Интернет) и широким распространением цифровых технологий в обществе. Однако процесс цифровизации продолжает активно влиять на жизнь человека и в настоящее время, поскольку технологии постоянно развиваются, проникают во все сферы деятельности и изменяют образ мышления, способы взаимодействия и структуру общества.

Цифровизация существенно повлияла на различные сферы общественной жизни. Если говорить про экономику в целом, то в условиях диджитализации активное развитие получило направление электронной коммерции, произошли рост онлайн-бизнесов и изменение моделей потребления товаров и услуг. С появлением Интернета стали возникать первые онлайн-магазины, которые предлагали потребителям возможность покупать товары и услуги через виртуальные площадки. Со временем потребители стали более уверенно относиться к онлайн-покупкам, так как продавцы предоставляли более полную информацию о товарах, возможности возврата и обмена, а также обеспечивали защиту финансовых транзакций. Сейчас совершить покупку на маркетплейсе или оформить доставку продуктов из другого города не выходя из дома – норма жизни современного человека. Благодаря этому начали появляться цифровые валюты, электронные платежные системы и цифровые инвестиции, которые сейчас также активно меняют финансовую сферу.

Если говорить про сферу питания как неотъемлемую часть экономики, то инновации приносят изменения как в сам процесс приготовления пищи, так и в опыт потребления. Рассмотрим, что поменялось в сфере питания в условиях цифровизации: [1]:

1) заказ и доставка еды:

- онлайн-заказы – развитие мобильных приложений и веб-платформ позволило потребителям делать заказы еды у ресторанов, кафе и доставочных служб прямо из своих устройств;
- технологии поставки – возникновение специализированных сервисов доставки (таких как Uber Eats, Glovo, «Яндекс.Еда»), которые предложили новые способы организации и улучшения процесса доставки еды;
- «умные» кухни ресторанов – применение технологий в кухнях ресторанов для управления заказами, инвентаризации и улучшения оперативности обслуживания;

2) онлайн-рецепты и образование:

- популяризация кулинарных блогов и видеоуроков – специалисты в области кулинарии предлагают онлайн-уроки, что позволяет людям изучать новые рецепты и техники готовки в онлайн-формате;
- приложения для приготовления пищи – разработка мобильных приложений, которые предоставляют рецепты, помогают в планировании питания и организации покупок;

3) работа и управление ресторанами:

- технологическое оборудование – внедрение новых технологических решений в производство и приготовление пищи, а также управление ресторанным бизнесом;
- управление столами через приложения – возможность онлайн-бронирования столов в ресторанах и управления заказами через мобильные приложения;

4. рост тенденций здорового питания:

- популярность здорового питания – возникновение онлайн-сообществ, блогов и ресурсов, посвященных здоровому питанию и альтернативным диетам;
- доставка здоровой пищи и ингредиентов – появление сервисов доставки здоровой пищи и натуральных ингредиентов.

Эти факторы свидетельствуют о том, что цифровизация существенно изменяет способы заказа, приготовления и потребления пищи, внося инновации и улучшая опыт как для потребителей, так и для предприятий общественного питания.

Социально-психологические риски осуществления управленческой деятельности в сфере питания в условиях цифровизации связаны с плодами цифровизации, которые сильно облегчили жизнь человека,

уже сейчас каждый может отметить положительное влияние этого процесса [2]. Цифровые инструменты позволяют легче и быстрее находить необходимую информацию, управлять данными и обмениваться ими. Упрощается доступ к рынкам, ресурсам и потенциальным клиентам в масштабах, недоступных ранее.

Цифровизация обеспечивает более эффективное и моментальное взаимодействие с клиентами через социальные сети, онлайн-чаты и электронную почту. Интернет в целом создает возможность для поиска новых рынков и партнерств, а также развитие глобальных цифровых бизнес-моделей [3]. Однако, как и другой любой процесс, цифровизация имеет и другую сторону влияния, которая отражает риски, возникающие в мире цифровых технологий, – стратегические, технологические, операционные и социально-психологические.

Целью настоящего исследования является изучение взаимосвязи социальных или психологических рисков, угрожающих здоровью человека, его материальному благополучию, нравственной целостности.

В рамках парадигмы цифровой трансформации управленческие структуры подвергаются воздействию комплекса рисков, обусловленных динамикой потребительского поведения, эволюцией коммуникационных каналов и модификацией общественного восприятия. Для обеспечения устойчивого функционирования организаций в условиях повышенной неопределенности требуется не только идентификация факторов, генерирующих риски, но и разработка и имплементация конкретных алгоритмов действий, направленных на их минимизацию.

В связи с этим актуальными становятся следующие исследовательские задачи:

- разработка методологии систематизированного анализа рисков, детерминированных цифровизацией потребительского поведения, коммуникаций и общественного восприятия, с целью выявления ключевых факторов уязвимости управленческих систем (эта задача подразумевает создание фреймворка для выявления и оценки рисков, связанных с изменениями в поведении потребителей, способах коммуникации и общественном мнении в цифровой среде) [4];
- формирование модели проактивного риск-менеджмента, ориентированной на превентивное устранение негативных последствий цифровой трансформации посредством разработки и внедрения комплекса оперативных управленческих решений (здесь речь идет о создании модели управления рисками, которая не только реагирует на уже возникшие проблемы, но и предвидит и предотвращает их возникновение, предлагая конкретные решения).

МАТРИЦА СОЦИАЛЬНЫХ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ РИСКОВ

Создам матрицу рисков, в которой будет четкая классификация по направлениям с идеей разрешения проблемной ситуации.

1. Изменение потребительского поведения.

1.1. Информационная перегрузка. В условиях цифровизации потребители сталкиваются с огромным объемом информации о пищевых продуктах, что может привести к затруднениям в принятии решений и росту тревожности относительно выбора. Чтобы решить эту проблему, некоторые предприниматели придумывают интересные решения, например, помечают популярные блюда определенными ярлыками (чтобы посетитель видел, что эта позиция пользуется спросом, и, если нет понимания что именно заказать, сделал выбор в ее пользу). Также некоторые бренды делают рекламные кампании, прибегая к знаменитым личностям («какой чай пил Шерлок Холмс – попробуй именно его») или заключая партнерства с магазинами косметики/одежды (ряд ресторанов Москвы предоставляют позиции из люксового косметического бренда при заказе определенного десерта). Эти действия позволят потребителям определиться быстрее, без лишнего стресса, потому что их спрос заранее склоняется в сторону определенных позиций.

1.2. Онлайн-репутация. Отзывы и комментарии о ресторанах, кафе и еде в Интернете оказывают значительное влияние на репутацию бизнеса и могут повлиять на психологическое состояние предпринимателей. В этом случае важно принимать критику здраво и менять подход к организации бизнеса, если негативные оценки преобладают на положительными.

2. Коммуникационные вызовы.

2.1. Обратная онлайн-связь. Взаимодействие с клиентами через онлайн-каналы требует высокой степени эмоциональной интеллектуальной отзывчивости и управления эмоциями. В этом случае менеджменту в сфере питания нужно быть внимательнее к персоналу, который будет коммуницировать с пользователями на моменте бронирования/переписки, потому что именно это повлияет на первое впечатление клиента о месте.

3. Эффективность и нагрузка.

3.1. Перегрузка информацией. Менеджеры и персонал могут столкнуться с огромным потоком информации, что приводит к стрессу и усталости. В этом случае менеджменту важно следить за ментальным состоянием сотрудников, устраивать совместные тимбилдинги, сделать расширенную программу льгот и компенсаций, включающую добровольное медицинское страхование, дополнительные дни отпуска и премию по результатам работы. Это сможет не только наладить work-life баланс сотрудников, но и повысить их эффективность на рабочем месте.

3.2. Требования оперативности. В условиях онлайн-заказов и доставки возникает необходимость оперативной реакции на изменяющиеся потребности клиентов, что также может вызывать стресс и давление. Эта проблема решается тем, чтобы у сотрудников была возможность после работы восстановить моральный ресурс, не прибегая к дополнительным материальным тратам. Если вопрос о загруженности сотрудников не снижается, руководству компаний важно задуматься о расширении штата сотрудников на постоянной или временной основе, когда высокий спрос среди покупателей вызван определенным сезоном (например, Новым годом и заказом подарков).

4. Кибербезопасность.

4.1. Защита данных клиентов. С ростом онлайн-продаж и онлайн-сервисов возрастает риск утечки конфиденциальной информации клиентов, что создает дополнительные психологические нагрузки управляющих. Сегодня в области информационной безопасности много исполнителей-подрядчиков, которые могут обеспечить установку определенных систем и программного оснащения, снижающие риск утечек персональных данных. Системы и программное обеспечение, спроектированные специально для нейтрализации утечек информации в предприятиях сферы питания, могут эффективно функционировать при наличии у управляющих ими сотрудников не только технических компетенций, но и таких навыков и умений, как установление в рамках межличностных отношений эффективных коммуникаций с клиентами, сохранение эмоциональной устойчивости, развитие адаптивности к постоянной смене рабочих ситуаций.

Социально-психологические риски в нынешнюю эпоху всеобщей цифровизации, сопровождающие управленческую деятельность в сфере общественного питания, могут быть разнообразны. Цифровизация, с одной стороны, обеспечивает повышение эффективности управления, а с другой – создает и определенные новые проблемы для тех, кто занимается управленческой деятельностью.

Далее перечислим наиболее актуальные вызовы [5]:

- капсулизация сотрудников – возрастание автоматизации управления и применения онлайн-платформ сокращают количество личных контактов среди сотрудников управленческого персонала, что может иметь такие негативные последствия, как чувство изоляции, снижение командного духа и, следовательно, снижение эффективности действий;
- стресс и тревожность – постоянные коррекции управленческих действий, связанные с появлением новых технологий, могут привести к стрессам и чувству тревожности у сотрудников, которым для поддержки нормального психоэмоционального состояния будет требоваться обучение адаптационным навыкам;
- трудности коммуникации – применение разных мессенджеров и платформ для общения нередко порождает недопонимание и иные сложности общения, например, неправильно интерпретированное сообщение может стать причиной конфликтной ситуации в коллективе;
- проблемы конфиденциальности – применение цифровых технологий, связанных с накоплением личных данных клиентов, чреваты рисками утечки информации, и сотрудники могут опасаться негативных последствий для себя в случае подобных потерь;
- работа с большими объемами данных как одно из следствий цифровизации управленческих процессов влечет за собой необходимость программных решений и действий, что минимизирует уровень человеческого креативного управления, то есть человеческого фактора в принятии решений;
- адаптация к новым методам управления – автоматизация принятия управленческих решений требует от сотрудников постоянной корректировки своих функций в системе управления и соответствующим возникающим ситуациям адаптации и переобучения, в результате чего у персонала может возникнуть страх перед ситуацией конкуренции с быстродействующими алгоритмами;
- влияние удовлетворенности клиентов на рейтинг организации общественного питания – ошибки при применении новых технологий или слабая подготовка персонала к их использованию снижают

качество обслуживания, что не только портит репутацию заведения, но и ухудшает моральное состояние сотрудников.

Управление с учетом всех перечисленных рисков требует организации комплексного подхода, включающего как обучение сотрудников новым технологиям управления, так и адаптационные тренинги, обеспечивающие устойчивость к психологическим перегрузкам [6].

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Общественное питание традиционно является одной из значимых частей сферы услуг. Если рассматривать данную область деятельности структурно, то можно определить, что основными ее компонентами являются малые предприятия. Формы и способы деятельности данных структур бесконечно разнообразны. Сегоднешней тенденцией предприятий общественного питания можно назвать развитие специализированных услуг.

В пилотажном исследовании приняли участие 50 чел. в возрасте от 19 до 70 лет ($M_{\text{возр.}} = 31,09$, $SD = 14,26$), из них – 20 мужчин (40 %) и 30 женщин (60 %). В основном исследовании приняли участие 200 чел. в возрасте от 16 до 72 лет ($M_{\text{возр.}} = 25,95$, $SD = 11,83$), из них – 110 мужчин (27 %) и 190 женщин (73 %) из Москвы и Московской области.

При опросе 250 респондентов по авторской анкете «Отношение к внедрению новых технологий в условиях цифровизации в сфере общественного питания» (И.Э. Соколовская, Д.З. Джеджея) с целью изучения отношения личности к глобальным рискам в сфере общественного питания, получены следующие ответы [8]. На вопрос «Скажите, пожалуйста, какие предприятия общественного питания Вас привлекают более всего?» ответ «Кафе-блинные» статистически значимо чаще наблюдался у поколения X по сравнению с Z на 113 % ($P = 0,016$), ответ «Грузинские рестораны» – у поколения X по сравнению с Z на 230 % ($P = 0,010$), ответ «Кафе-кондитерские» – у поколения Y по сравнению с Z на 229 % ($P = 0,048$). Кратность определить невозможно в связи с делением на ноль.

На вопрос «Если Вы ходите в рестораны, то какой интерьер Вас привлекает больше всего?» ответ «Хайтек» статистически значимо реже наблюдался у поколения X по сравнению с поколением Z на 17 % ($P = 0,048$), ответ «Ретро-стиль» – у поколения X по сравнению с поколением Z на 77 % ($P = 0,037$) [7]. Молодое поколение часто выбирает интерьер как способ выразить свою индивидуальность и уникальные взгляды, такой, что может зарядить их энергией и позитивом. Старшее поколение, как правило, больше заинтересовано в классических интерьерах, что является для них удобным способом получения расслабления, релакса и уважения себя.

Для анализа готовности поколений заказывать блюда на дом из ресторанов предложен вопрос «Скажите, Вы заказываете готовую еду на дом или не заказываете? Если заказываете, то больше или меньше двух–четырех лет назад научились это делать?». Ответ «Затрудняюсь ответить» статистически значимо чаще наблюдался у поколения X по сравнению с поколением Z на 375 % ($P = 0,040$).

На вопрос «В ресторанах и кафе предлагается разное меню. Часть из них не наносят вреда организму человека, являются экологичными. Вы лично при выборе блюд из меню, например, при выборе алкоголя, десертов или чего-то еще, учитываете или не учитываете их экологичность?» ответ «Чаще не учитываю» статистически значимо реже наблюдался у поколения X по сравнению с поколением Z на 36 % ($P = 0,036$). Большинство представителей поколения Z (40 %), поколения Y (58 %) и поколения X (58 %) придерживаются экологичности товара при его выборе. Представители поколения Y и поколения X чаще обращают внимание на экологичность товаров, чем представители поколения Z (58 % против 40 %). Представители поколения Z чаще, чем представители поколения X, не соблюдают экологичность товаров (59 % против 38 %). Поколение Z выросло в эпоху повышенного внимания к вопросам экологии, что повлияло на их потребительские привычки. Поколение Y также росло в эпоху растущей осведомленности об экологических проблемах, но они также более ориентированы на материальную выгоду. Поколение X более ориентировано на цену и практичность, чем на экологичность.

Поколение X показывает наименьшую активность при вопросе о посещении ресторанов и кафе. Большинство представителей этого поколения (61 %) вообще не посещают подобные заведения. Это может быть связано с более консервативным стилем жизни, где домашняя еда ценится выше. Кроме того, представители этого поколения могут быть более склонны к экономии, предпочитая готовить дома и не тратить деньги на еду вне дома. В то же время заказ еды на дом среди поколения X более популярен, чем

у поколения Z. Поколение Y чаще заказывает еду на дом, чем поколение Z. Это может свидетельствовать о динамичном образе жизни с ограниченным временем для посещения ресторанов, а также о популярности удобных сервисов доставки еды.

Поколение Z чаще посещает рестораны и кафе несколько раз в месяц по сравнению с другими. Это может быть связано с более открытым и активным образом жизни, желанием попробовать новые блюда и поиск развлечений и новой атмосферы.

Поколение X отдает более традиционные вкусы, они отдают предпочтение грузинским ресторанам, блинникам. Это может быть связано с ностальгией по ушедшей эпохе, когда была популярна «дружба народов». Поколение Z более открыто для новых веяний и свободы. Поколение Z чаще отдает предпочтение в отношении выбора кафе-кондитерских. Это может быть связано с желанием открыть для себя новые вкусы, выразить свою индивидуальность и почувствовать себя частью сообщества со своими вкусами либо чая, либо кофе.

В рассматриваемой сфере деятельности в настоящее время возрастают специфические виды услуг, направленные на новые условия жизни населения, в основном городского населения, например, доставка продуктов питания и готовых блюд, приобретающая все большую популярность в связи с трудностями перемещения по городу (большие расстояния, пробки), вследствие ограничений передвижения (пандемия COVID-19, различные противоинфекционные меры), предприятия общественного питания, ориентированные на «профильного потребителя» (рестораны и кафе «халяль»). Эксперты прогнозируют возрастание именно подобных видов специализированных услуг в сфере общественного питания, что формирует запрос на научную организацию данного подхода к удовлетворению запросов населения, качеству обслуживания, ориентации предприятий на квалифицированные управленческие решения и, следовательно, повышению их конкурентоспособности.

В контексте обозначенных выше исследовательских задач, связанных с управлением рисками в условиях цифровой трансформации, необходимо учитывать влияние поколенческих особенностей на стратегии риск-менеджмента в конкретных отраслях экономики. В частности, в сфере российского общественного питания респонденты, принадлежащие различным поколениям, демонстрируют вариативные подходы к реагированию на вызовы современного мира, что в свою очередь оказывает существенное влияние на эффективность управления рисками на предприятиях.

Поколение Z, характеризующееся активным использованием онлайн-платформ и высоким уровнем адаптации к быстрым изменениям, проявляет креативно-творческую стратегию при управлении рисками, что подразумевает поиск инновационных и нестандартных решений для преодоления возникающих проблем. Поколение Y, положительно относящееся к внедрению цифровых технологий, демонстрирует критически-предпринимчивую стратегию, сочетающую аналитический подход к оценке рисков и готовность к принятию обоснованных решений. Поколение X в силу более медленных темпов адаптации к изменениям склонно к эрудированно-компетентностному подходу с опорой на накопленный опыт и проверенные методы управления.

Анализ влияния поколенческих различий (Z, Y, X) на формирование стратегий управления рисками на предприятиях российского общественного питания с целью выявления специфических особенностей и потенциальных синергетических эффектов направлен на изучение того, как различия между поколениями влияют на способы управления рисками в конкретной отрасли, а также на выявление возможностей для сотрудничества между поколениями [8]. Разработка модели адаптивного риск-менеджмента, учитывающей поколенческие особенности сотрудников предприятий общественного питания с целью повышения эффективности управления рисками и оптимизации бизнес-процессов в условиях цифровой трансформации помогает учитывать характеристики разных поколений и адаптируется к ним, чтобы повысить эффективность управления рисками и улучшить бизнес-процессы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ подчеркивает многогранность и комплексность задач управления рисками в условиях цифровой трансформации, особенно в контексте российской экономики и сферы общественного питания. Для успешной адаптации к быстро меняющейся среде необходимо учитывать не только общие факторы, определяющие риски, но и специфические особенности, обусловленные поколенческими различиями. Предложенные исследовательские задачи позволяют сформировать целостный подход к управлению

рисками, основанный на систематическом анализе, проактивном реагировании и адаптации к различным поколениям сотрудников, что в конечном счете способствует повышению устойчивости и конкурентоспособности предприятий российского общественного питания в условиях цифровой экономики.

В целях достижения психологического баланса при управлении рисками на предприятиях общественного питания необходима реализация специализированной программы рекомендаций, направленной на формирование мастерства менеджеров не только к управлению рисками при внедрении новых цифровых технологий и глобальным рискам, но и к развитию внутриличностных, внешних и социально-демографических характеристик всех участников процесса цифровизации на предприятиях. Внедрение такой программы, учитывающей поколенческие особенности, позволит создать благоприятную психологическую среду и повысить лояльность персонала. Это повысит вовлеченность сотрудников в процессы цифровизации и минимизирует негативные последствия рисков. Гармоничное сочетание технологических инноваций и человеческого фактора станет залогом устойчивого развития предприятий в преодолении социально-психологических рисков управленческой деятельности в сфере общественного питания в условиях цифровизации.

Список литературы

1. Воронин В.Н., Ионцева М.В. Цифровизация общества. Риски. Фейковая реальность. В кн.: Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика: материалы IV Международного научного форума. М.: ГУУ; 2021. С. 204–209.
2. Вейк К. Смыслопроизводство в организациях. М.: Гуманитарный центр; 2015. 320 с.
3. Воронин В.Н., Ионцева М.В., Шураева Л.Ю. Социально-психологические риски разных поколений в процессе цифровизации общества. Вестник университета. 2022;4:169–175.
4. Базуева Е.В., Старожук А.А. Методика оценки эффективности стратегического управления предприятиями общественного питания в условиях неопределенности. Вопросы управления. 2024;1(18):52–67. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2024-1-52-67>
5. Джеджия Д.З., Соколовская И.Э. Сущность риска в условиях цифровизации (на примере предприятий сферы услуг). Научное мнение. 2024;5:25–31.
6. Сембин А.Б. Особенности управления проектами цифровой трансформации промышленных предприятий. Вестник университета «Туран». 2020;2(86):177–182.
7. Соколовская И.Э., Джеджия Д.З. Человек в современном обществе: кризис и глобализация. В кн.: Государство, власть, управление и право: материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 350-летию со дня рождения Петра Великого, Москва, 10 октября 2022 г. М.: ГУУ; 2022. С. 237–239
8. Виниченко В.А., Ростоцев К.В., Хохолуш М.С. Влияние теории поколений на кадровую политику промышленных предприятий. Экономика труда. 2022;10(9):1559–1576. <https://doi.org/10.18334/et.9.10.116371>

References

1. Voronin V.N., Iontseva M.V. Digitalization of society. Risks. Fake reality. In: Step into the Future: Artificial Intelligence and Digital Economy: Proceedings of IV International Scientific Forum. Moscow: State University of Management; 2021. Pp. 204–209. (In Russian).
2. Weik K. Semantic production in organizations. Moscow: Humanitarian Center; 2015. 320 p. (In Russian).
3. Voronin V.N., Iontseva M.V., Shuraeva L.Yu. Socio-psychological risks of different generations in the digitalisation of society. Vestnik universiteta. 2022;4:169–175. (In Russian).
4. Bazujeva E.V., Starozhuk A.A. Methodology for evaluating the effectiveness of strategic management of public catering enterprises in conditions of uncertainty. Management issues. 2024;1(18):52–67. (In Russian). <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2024-1-52-67>
5. Jejeja J.Z., Sokolovskaya I.E. The essence of risk in the context of digitalization (on the example of service enterprises). Nauchnoe mnenie. 2024;5:25–31. (In Russian).
6. Sembin A.B. Features of enterprise's digital transformation project management. Bulletin of "Turan" University. 2020;2(86):177–182. (In Russian).
7. Sokolovskaya I.E., Jejeja J.Z. Man in modern society: crisis and globalization. In: State, Power, Management and Law: Proceedings of XIII All-Russian Scientific and Practical Conference dedicated to the 350th anniversary of Peter the Great's birth, Moscow, October 10, 2022. Moscow: State University of Management; 2022. Pp. 237–239. (In Russian).
8. Vinichenko V.A., Rostovtsev K.V., Khokholush M.S. The impact of generational theory on the staff policy of manufacturing enterprises. Russian Journal of Labour Economics. 2022;10(9):1559–1576. (In Russian). <https://doi.org/10.18334/et.9.10.116371>