

# ФОРМИРОВАНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОСИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ

## FORMATION OF A DIGITAL ECOSYSTEM OF PUBLIC CATERING ENTERPRISES IN THE Khabarovsk REGION

V. Kanaeva

*Summary.* Modern digital technologies are radically changing the field of public catering, offering new opportunities to optimize business processes and increase customer orientation. The article explores global trends in the digitalization of the industry, including supply automation, the use of artificial intelligence to predict demand, the introduction of contactless payments and online orders. Special attention is paid to the analysis of the level of digital transformation in the Khabarovsk Territory, where, despite the active development of network power supply and the growing popularity of delivery aggregators, there remains a significant gap between large cities and small towns.

The author highlights the key problems of the region: high dependence on federal IT solutions, lack of qualified personnel and logistical difficulties. At the same time, promising areas of development are noted, such as the introduction of cloud-based cash systems, the expansion of the use of CRM analytics and the development of local digital startups. The material contains practical recommendations for entrepreneurs and government officials aimed at accelerating the digital transformation of the industry. The article will be useful to owners of catering establishments, marketers and specialists in the field of digital technologies.

*Keywords:* digitalization, catering, restaurant business, artificial intelligence, automation, online orders, contactless payments, Khabarovsk Territory, CRM analytics, logistics, food delivery, cloud technologies, customer orientation, digital transformation, business optimization.

**Канаева Виктория Михайловна**

Преподаватель, Федеральное государственное  
бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Тихоокеанский государственный  
университет», г. Хабаровск  
012601@togudv.ru

*Аннотация.* Цифровые технологии кардинально меняют ландшафт социально-экономической реальности. Многие отрасли мировой экономики переживают трансформацию своей хозяйственной парадигмы. В частности, предприятия сферы общественного питания интенсивно работают с инновационным ИТ-инструментарием, раскрывающим всё новые возможности в части оптимизации бизнес-процессов и повышения клиентоориентированности. В данной статье исследуются глобальные тренды цифровизации отрасли общественного питания, включая автоматизацию логистического контура, использование возможностей искусственного интеллекта (ИИ) для прогнозирования рыночной конъюнктуры, внедрение сервисов бесконтактных платежей и онлайн-заказов. Особое внимание автор уделяет анализу цифровой трансформации сектора общественного питания в экономике Хабаровского края. Несмотря на активное продвижение на внутрироссийском потребительском рынке концепции сетевого питания и рост популярности услуг, предлагаемых агрегаторами, специализирующимися на доставке продуктов питания и готовой еды, в регионе сохраняется значительный дисбаланс объема продаж в указанной отрасли между крупными городами края и другими населенными пунктами.

В работе рассмотрены ключевые проблемы региона, связанные с текущей информатизацией местной экономики, — зависимость от отечественного специализированного программного обеспечения, нехватка квалифицированных кадров и логистические сложности. В то же время отмечены и перспективные направления развития отрасли общественного питания, такие как внедрение облачных кассовых систем, расширение использования CRM-аналитики и развитие локальных digital-стартапов. По итогам проведенного анализа автор формулирует практические рекомендации, ориентированные на ускорение цифровой трансформации отрасли общественного питания, которые могут быть полезны как для предпринимательского сообщества (собственников предприятий общественного питания, маркетологов, специалистов в области специализированных цифровых технологий), так и для сотрудников госструктур, осуществляющих координацию указанной отрасли в пределах региона.

*Ключевые слова:* цифровизация, общественное питание, ресторанный бизнес, искусственный интеллект, автоматизация, онлайн-заказы, бесконтактные платежи, Хабаровский край, CRM-аналитика, логистика, доставка еды, облачные технологии, клиентоориентированность, цифровая трансформация, оптимизация бизнеса.

Общепризнано, что цифровизация социально-экономических отношений, постепенное внедрение во все сферы жизни общества технологий, основанных на искусственном интеллекте (ИИ), значительно меняют подходы к управлению хозяйствующими субъектами. Внедрение инновационных решений, ориентированных на обработку и анализ финансово-экономической информации, автоматизацию бизнес-процессов и взаимодействие с конечным потребителем, существенно повышает коммерческую эффективность бизнес-моделей современных предприятий.

Так, автоматизация планирования снабженческой деятельности и управления запасами, по мнению экспертов, сокращает расходы на приобретение продуктового сырья на 25–75 %, упрощает контроль производства и повышает точность учета. Однако многие организации сферы общественного питания, особенно сетевой бизнес, не спешат внедрять такие технологические новации по причине устаревшей производственно-технической инфраструктуры и трудностей с приспособлением прежней бизнес-модели к новым стратегиям менеджмента.

Интенсивное продвижение инновационных цифровых технологий в различных секторах экономики объясняется облегчением доступа клиента к услуге (товару), оперативным учетом широкого спектра предпочтений клиента, что делает его лояльным к поставщику конкретной услуги (товара). Кроме того, цифровизация способствует оптимизации бизнес-процессов, а значит, позитивно сказывается на росте производительности труда.

В общем случае цифровизация сферы общественного питания преследует ряд целей — предложение клиенту продукции наилучшего качества, максимально удовлетворяющей его с точки зрения потребительских характеристик; автоматизацию мониторинга и обработки информации, касающейся функционирования всей производственной линии, дифференцированно по отдельным операциям и звеньям технологической цепочки. В конечном итоге перенос бизнес-модели предприятия на цифровую платформу позволяет гораздо полнее и оперативнее аккумулировать и обрабатывать весь массив хозяйственной информации, связанной с функционированием предприятия, что позволяет своевременно принимать эффективные управленческие решения. Таким образом, внедрение цифровых технологий в предпринимательскую деятельность, в том числе в сфере общественного питания, радикально реформирует бизнес, делая его гибким, отзывчивым на изменения рыночной конъюнктуры, а следовательно, и более выгодным. Можно сказать, что магистральная задача цифровизации любой отрасли заключается в том, чтобы:

- устранить негативное влияние человеческого фактора там, где это возможно;
- перенести максимально возможный объем рутинных, «механически» исполняемых задач (по хозяй-

ственному учету, координации производственных и логистических процедур, фиксации и анализу показателей и индикаторов и пр.) в контексте различных бизнес-процессов в область машинного контроля и роботизированных алгоритмов;

- обеспечить сбор и учет всей значимой информации, позволяющей полноценно описать запросы и поведение конечного потребителя;
- качественно осуществлять в режиме реального времени мониторинг финансово-экономического, производственно-технического и организационно-управленческого контура коммерческого предприятия.

Цифровизация и автоматизация в рамках национальной экономики призваны гарантировать бесперебойное функционирование всей социально-экономической инфраструктуры; предотвращать возможные кризисные ситуации (цикличность роста и спада хозяйственной активности) за счет опережающего прогнозирования рыночных тенденций и адекватного ответа на появляющиеся вызовы с помощью информационно-аналитических систем, задействующих возможности ИИ; создавать условия для наполнения потребительского рынка товарами и услугами должного качества, востребованными населением страны. Именно поэтому национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», завершившаяся в 2024 году, была направлена в первую очередь на создание полноценного правового регулирования нового формата хозяйствования, выстроенного на основе передовых информационных технологий. Ключевыми задачами являлись: устранение барьеров, препятствующих глубокой ИТ-трансформации общественной жизни и национальной экономики; формирование цифровой среды взаимодействия экономических субъектов (включая распространение систем электронного документооборота, облачных вычислений и анализа больших данных). В этом направлении к настоящему времени сделано немало — разработано и введено в гражданский оборот несколько пакетов нормативных правовых актов, выработана и введена в эксплуатацию соответствующая доктрина развернутой цифровизации Российского государства.

На 2025 год запланированы мероприятия, ориентированные на интеграцию ИИ-технологии и робототехники, усиление мер кибербезопасности, дальнейшее развитие цифровой инфраструктуры, законодательное регулирование электронной коммерции и финтех-инноваций, а также международное сотрудничество в ИТ-индустрии.

Если говорить о сфере общественного и массового питания, ресторанном бизнесе, то здесь цифровизация бизнес-процессов предоставляет аналогичные другим секторам экономики преференции — позволяет улуч-

шить обслуживание клиентов (обеспечить точность и оперативность при выполнении заказов, а также улучшить потребительские свойства продукции), укрепить позиции предприятия в условиях волатильности внутреннего рынка и жесткой конкуренции.

Нынешнее поколение потребителей особо ценит высокий уровень сервиса, что требует от ресторанов экспериментирования в части внедрения различных инноваций. Тесно связанный с общепитом мировой рынок туристских услуг также заметно трансформируется под влиянием активного проникновения цифровых технологий, что приводит к изменениям в его структуре.

Компании, успешно осуществившие переход к активному использованию комплексных ИТ-решений, — на всех уровнях управления и во всех бизнес-процессах (включая управление трудовыми ресурсами, финансово-экономический блок, снабженческо-сбытовой сектор, маркетинговые акции и т.д.) получают существенное преимущество в конкурентной борьбе.

Однако цифровизация должна касаться как внутреннего контура предприятия (системы менеджмента, квалификации сотрудников, технологического обеспечения и состояния производственной базы), так и его взаимодействия с внешней средой — рынком, потребителями, контрольно-надзорными органами.

Применительно к предприятиям общественного питания использование современных информационных технологий (ИТ) оправдано в ряде случаев, а именно:

- пооперационный контроль в рамках производственного процесса в части производительности труда и выполнения плана выпуска продукции;
- обеспечение эффективности использования ресурсов и соблюдения, установленных технологических;
- управление кадрами (своевременная переподготовка, повышение квалификации, целевой рекрутинг);
- контроль складских запасов, мониторинг отгрузки готовой продукции и деятельности службы заказов;
- проверка контрагентов;
- оптимизация оптово-сбытовой логистики и процесса обработки розничных заказов;
- анализ и прогнозирование потребительских предпочтений, формирование условий для повышения лояльности покупателей по отношению к бренду;
- изучение рыночной конъюнктуры и потенциальных конкурентных преимуществ выпускаемой продукции, а также улучшение ее товарных свойств и повышение качества оказываемых услуг;

— совершенствование способов продвижения продукции на рынке (маркетинговых стратегий и форм взаимодействия с потребителями).

Наиболее ответственный участок внедрения ИТ-решений в сфере общественного питания — контроль функционирования и технического состояния машин, механизмов и различного оборудования, занятых в основных рабочих процессах. Степень развитости производственно-технической базы предприятия оказывает первостепенное влияние на рентабельность бизнес-модели и в конечном счете на качество продукции, предлагаемой потребителю. Дефектность и/или недостаточная надежность аппаратного обеспечения производственных линий (автоматов-дозаторов, депозиторов, фритюрниц, гриль-станков, систем кондиционирования воздуха и т.д.), оказывает существенное влияние на итоговые показатели коммерческой деятельности предприятия массового обслуживания (объем дистанционных заказов, посещаемость фудкортов и павильонов массового питания, мониторинг продуктового баланса при изготовлении блюд, ритмичность и объем отгрузки готовой продукции).

Не менее значимой сферой ИТ-модернизации является область PR-отношений. Современное общество, интегрированное в чрезвычайно дифференцированное по интересам и группам пользователей онлайн-пространство, с готовностью воспринимает адаптированный к его вкусам и запросам медиаконтент. Обилие поисковых программ, мессенджеров, агрегаторов интернет-продаж, социальных сетей, специализированных сайтов, видеохостингов и иных видов виртуальных площадок, на которых потребитель осуществляет контакт с разнородной рекламной информацией (в том числе посредством мобильных устройств), требуют от предприятий общественного питания активного участия в производстве и распространении соответствующего мультимедиа-материала, для того чтобы соответствовать духу времени, взаимодействовать с потребителем в комфортной для него цифровой среде.

Постепенно сетевой общепит отдает всё больше инициативы в управлении сервисом самому потребителю, которому становятся доступны возможности заблаговременного формирования заказа, с указанием точного качественного и количественного состава блюд (продуктовой корзины), времени готовности, способа доступа к заказу (доставка на дом, бронирование места в ресторане, отложенный заказ и пр.). Разумеется, дополнительные степени свободы при формировании условий и номенклатуры позиций заказа, как правило, чреватые для потребителя заметно более высокой ценой услуги (товара).

Столь же продуктивными могут быть и цифровые сервисы (в формате самостоятельных приложений или

комплексных информационно-аналитических систем) по управлению столом заказов или планированием и контролем плановых показателей выпуска т.н. обеденной продукции.

Обобщая высказанное, можно сделать вывод, что сфера общественного питания как в мире, так и в России — в частности в Хабаровском крае, оказавшись встроенной в процесс экономической глобализации и технического прогресса, переживает сегодня интенсивное обновление коммерческой идеологии и технологии.

Впрочем, трансфер бизнес-модели в цифровую среду — это процесс, свойственный всему сектору HoReCa (Hotel, Restaurant and Catering) мировой экономики. При этом в 2024 году в этой области потребительского рынка можно выделить несколько ключевых тенденций:

1. Влияние цифровых технологий и искусственного интеллекта, что выражается во всё более широком внедрении:
  - роботизированных систем (кулинарных робоповаров);
  - информационно-аналитических систем с элементами искусственного интеллекта, предназначенных для анализа спроса и управления запасами (позволяющих сократить издержки предприятий общепита на 20–40 %);
  - алгоритмов KPI- и CRM-анализа на основе обработки массивов больших данных (описывающих поведение клиентов и формирующих меню в соответствии с индивидуальными предпочтениями посетителей);
  - сервисов онлайн-заказов, доступных через особые мобильные приложения и т.н. QR-меню (достигающих 60% всего числа заказов).
2. Изменение потребительского поведения. В частности, клиент предъявляет жесткие требования к удобству пользования готовым питанием, что уже отразилось на росте популярности служб доставки готовой еды (продуктов питания) и распространении формата обслуживания «dark kitchen». Кроме того, очевидным трендом стали различные модели избирательного гастро выбора (так, до 45% клиентов общепита сегодня выбирают заведения с детализированным описанием состава блюд в меню, а также специфическим вегетарианским профилем кухни). Заметно популярными стали тематические кафе и иммерсивные гастрономические шоу.
3. Экономические факторы. Рост себестоимости продуктов питания (продуктового сырья, кулинарных ингредиентов) приводит к удорожанию продукции общепита (средний чек растет на 15–25 % в год). Нехватка квалифицированного персо-

нала вынуждает собственников бизнеса внедрять автоматизированные производственные линии. Постепенно ключевые позиции на рынке массового питания стали занимать сетевые структуры, вытесняя предпринимателей-индивидуалов и предприятия малого бизнеса.

4. Ориентация на устойчивое развитие и экологичность. Предприятия общественного питания по всему миру и в Хабаровском крае, в том числе, в последние годы озаботились глубокой переработкой отходов и использованием преимущественно многоразовой упаковки. До 30 % заведений подобной специализации делают в настоящее время ставку на закупку продукции у сельскохозяйственных предприятий, декларирующих т.н. пониженный «углеродный след». Активное использование контрольно-измерительных систем потребления электроэнергии и воды (а также использование компонентов системы интернета вещей (IoT), интегрированных в единое информационное пространство с помощью особых датчиков) позволяет вывести ресурсосбережение на новый уровень.
5. Гибридные форматы, включающие многопрофильные сервисы доставки готовой еды, универсальные фудкорты и коворкинг-центры, выступают путями дальнейшей эволюции сектора HoReCa. Сюда же можно отнести виртуальные сервисы бронирования и оформления заказов, онлайн-рестораны и пр.

Таким образом, система общественного питания сегодня находится в состоянии активной модернизации. С одной стороны, она предлагает возможности, связанные с новыми технологиями, персонализацией выбора и инновационными форматами потребления товаров (услуг). С другой стороны, экспериментальные тренды порождают риски, связанные с ростом затрат, кадровым дефицитом и обострением конкуренции.

Для успешного развития бизнеса в сфере общественного питания, на наш взгляд, необходимо взвешенно и рационально инвестировать в цифровые технологии, адаптироваться к запросам аудитории с учетом приоритетов бизнес-модели экономического субъекта, оптимизировать логистику и цепочки поставок.

В Хабаровском крае, который является важным экономическим и транспортным хабом российского Дальнего Востока, сфера общественного питания демонстрирует сегодня неоднозначную динамику. Наряду с ростом числа сетевых игроков на этом рынке, появляются и локальные малые предприятия, постепенно набирает обороты цифровизация этой отрасли региональной экономики. В то же время немалые сложности создает географическая удаленность региона от центральных

районов страны; негативную роль играет также ухудшение демографической ситуации и снижение экономической активности в условиях санкций и перехода отечественного народнохозяйственного комплекса к мобилизационному формату функционирования.

Основными тенденциями в этой связи выступают:

1. Развертывание сетевых заведений: в Хабаровске и Комсомольске-на-Амуре увеличивается доля сетевых предприятий общественного питания федерального уровня — KFC, Burger King, «Вкусно — и точка», — что в определенной мере позитивно сказывается на стандартах обслуживания потребителя.
2. Развитие локально позиционирующих себя предприятий с разветвленной сетью филиалов («Пянь-Се Бар», «Харбин»), специализирующихся на поставке готовой еды по кулинарным стандартам азиатской кухни.
3. Информатизация взаимодействия с потребителем (внедрение сервисов онлайн-заказов — Delivery Club, СберМаркет и пр., а также формата QR-меню в местных кафе и ресторанах).
4. Популяризация инновационных бизнес-моделей в сфере общепита — развертывание фудкорт в торгово-развлекательных центрах.
5. Рост популярности тематических заведений организованный питания, таких как патриотические кафе и гастрономические проекты с дальневосточной спецификой, также играет важное значение в части определения ландшафта региональной отрасли общественного питания.

К числу основных проблем, с которыми сталкиваются дальневосточные предприятия системы общественного питания, относятся:

- дефицит квалифицированных кадров (сегодня наблюдается острая нехватка поваров, бариста-специалистов и опытных управляющих, что связано с миграцией кадров в центральную Россию; недостаточная привлекательность профессий в сфере HoReCa для молодежи);
- высокие затраты на логистику (транспортные расходы на доставку продуктового сырья из центральной России и Китая приводят к удорожанию продукции; свою лепту вносит также сезонный характер поставок и соответствующая динамика цен на поставляемую базовую продукцию: в зимнее время стоимость овощей и фруктов возрастает на 20–30 %, что создает дополнительные экономические трудности для владельцев заведений общепита);
- консервативность малого бизнеса (многие кафе и столовые не используют цифровые технологии из-за отсутствия финансовой возможности и длительного срока окупаемости таких вложений);

— чрезвычайная гибкость потребительских предпочтений (повышенный интерес местного населения к азиатской кухне, включая корейскую, китайскую и японскую, заставляет предприятия часто менять номенклатуру предлагаемой продукции — к примеру в сезоне 2023–2024 гг. это привело к 40-процентному обновлению меню);

— рост объема заказов готовой еды с доставкой на дом. По статистике, 55 % жителей г. Хабаровска заказывают готовую еду на дом не реже одного раза в неделю. Отдельный тренд — возрастающий спрос хабаровчан на продукты питания местного производства, такие как морепродукты и дикоросы в условиях ограниченности их предложения производителем.

Следует отметить также выраженное влияние фактора депрессии в региональной экономике и туризме, что объясняется снижением туристического потока из Китая (по причине визовых сложностей), оказавшего негативное влияние на ресторанный бизнес, ориентированный преимущественно на иностранного потребителя. Согласно данным краевого Росстата, повышение цен на 10–15 % по итогам 2024 году может привести к снижению частоты посещений кафе местными жителями. Господдержка малого бизнеса, включающая кредитование на льготных условиях и налоговые каникулы, позволяет лишь частично компенсировать растущие издержки.

Перспективным в этой связи представляется расширение delivery-сервисов, включая доставку из пригородов и развитие фермерских ресторанов, ориентированных на продукты местного производства; пилотные проекты т.н. «умных кухонь» в сетевых заведениях общепита.

В целом, преимуществом и особенностью положения, сложившегося на дальневосточном рынке общепита, можно считать рост популярности азиатской кулинарии, развитие фудкорт и стремление властей поддержать локальные бренды. Из слабых сторон можно отметить высокие логистические издержки, недостаток квалифицированных кадров и низкую технологическую оснащенность малого бизнеса в сфере общепита.

Хотя Хабаровский край заметно отстает от центральных регионов страны по темпам цифровизации бизнес-сферы массового питания, стабильный рост этого сегмента региональной экономики, как и сопутствующих ему сервисов (доставки, бронирования), всё же очевиден. Особенно это заметно в сравнении распространенности ИТ-технологий в предпринимательской среде городов краевого значения, таких как Хабаровск и Комсомольск-на-Амуре, и небольших населенных пунктов, — здесь имеет место значительная диспропорция.

Заметим: уровень локализации цифровых решений в большинстве случаев оценивается по ряду ключевых направлений, среди которых:

1. Онлайн-заказы и доставка.

В Хабаровске и Комсомольске-на-Амуре более 70 % заведений подключены к виртуальным площадкам-агрегаторам, таким как Delivery Club и Yandex Food. В то же время в небольших городах, таких как Биробиджан и Амурск, этот показатель не превышает 30 %. Причина: высокая стоимость доставки некоторых категорий продуктов питания и продовольственного сырья в отдаленные районы края и — как следствие логистических сложностей — ограниченный ассортимент продукции, производимой предприятиями общепита этих городов.

2. Цифровые платежи и автоматизация расчетов.

95 % сетевых ресторанов и кафе принимают бесконтактные платежи в формате СБП и Apple Pay. В 40 % заведений Хабаровска внедрено QR-меню (что значительно превышает показатель 2021 года — 15 %). Менее оптимистическая ситуация складывается в столовых, бистро, закусочных и др. категориях низкобюджетных точек массового питания — в них зачастую работают только с наличными денежными средствами, причем менее 10 % из участников рынка этого уровня используют системы бухгалтерского и хозяйственного учета на основе информационных технологий и алгоритмов интеллектуального анализа рыночной среды, таких как аналитика спроса.

3. Использование возможностей искусственного интеллекта и систем комплексной автоматизации бизнес-процессов.

Примером внедрения такого рода ИТ-решений является использование крупными сетями ИИ-прогнозирование загрузки кухни по линии выпуска полуфабрикатов и обеденной продукции, а также пилотные проекты «роботов-бариста», установленные в некоторых кофейнях Хабаровска.

По понятным причинам малый бизнес почти не использует автоматизацию — из-за высокой стоимости внедрения и отсутствия доступного отечественного программного обеспечения (ПО) в сфере ресторанных технологий.

4. Социальные сети и цифровой маркетинг.

Порядка 80 % заведений общепита, действующих на территории Хабаровского края, имеют аккаунты в социальных сетях, однако только 20 % используют таргетированную рекламу. Сотрудничество с местными фуд-

блогерами и прочими лидерами общественного мнения также набирает популярность. Вместе с тем нельзя не отметить слабую востребованность CRM-систем, ориентированных на анализ клиентской базы и характера розничных продаж, а также редкое применение функционала чат-ботов в процедурах онлайн-бронирования.

5. Государственная поддержка цифровизации предпринимательской деятельности.

В данном направлении региональными властями предпринимается комплекс мер — выдаются льготные кредиты на покупку POS-терминалов (по программам развития малого и среднего предпринимательства в крае); организуется повышение квалификации кадров по программам повышения цифровой грамотности (центры поддержки МСП «Мой бизнес»). Однако, в отличие от Москвы или Республики Татарстан, в Хабаровском крае отсутствуют целевые программы поддержки отраслевого характера (к примеру, для сектора HoReCa), а интернет-инфраструктура в сельских территориях по-прежнему развернута точечно.

И всё же активизацию использования населением площадок-агрегаторов доставки на дом готовой еды (продуктов питания) в городах и активное использование социальных сетей можно рассматривать как важный позитивный индикатор. Одновременно, низкая автоматизация бизнес-процессов в среде малого предпринимательства (в связи с хроническим недофинансированием отрасли и отсутствием бюджетных отечественных ИТ-решений), а также зависимость от экономической политики федеральных сетей общепита, работающих в регионе, представляют собой проблемное поле в сфере общественного питания региона, которое требует оперативных действий со стороны госрегулятора.

Широкое внедрение т.н. облачных касс (посредством предоставления налоговых льгот их пользователям), разработка и реализация региональных образовательных программ по цифровому маркетингу для рестораторов и других участников сектора HoReCa, а также более активная поддержка региональных ИТ-стартапов могли бы существенно улучшить ситуацию с техническим развитием отрасли общепита в регионе.

Считаем, что Хабаровский край находится на начальном этапе цифровой трансформации сферы общественного питания. В рамках этого процесса, на наш взгляд, необходимо решить несколько групп задач:

- 1) преодолеть экономические и инфраструктурные препятствия, мешающие развитию отрасли, в том числе через активное обучение предпринимателей в центрах «Мой бизнес;
- 2) привлечь федеральные ИТ-компаний к участию в разработке локальных ИТ-решений для региональной отрасли общепита.

В случае успешной реализации приведенных выше мер Хабаровский край будет иметь хорошие перспективы для того, чтобы к 2026 году войти в число пятнадцати наиболее информатизированных регионов России в сфере HoReCa. Об уверенной тенденции в этом направлении свидетельствуют промежуточные данные цифровизации точек общественного питания в Хабаровском крае за 2023–2024 гг.

Инфраструктура местного потребительского рынка также обновляется в соответствии с новыми бизнес-концепциями предприятий общественного питания. Такие услуги, как «кафе на колесах», минибары, мобильные точки фастфуда и компактные закусочные, расположенные в торгово-развлекательных центрах и супермаркетах, становятся всё более популярным и доступным видом организации общественного питания.

В результате социально-экономических реформ, проведенных за последние 10–15 лет, Россия изменила свой подход к управлению многими подсистемами национальной экономики, включая сферу общественного питания. В то же время необходимо понимать, что предприниматели, занятые в розничных продажах, в первую очередь преследуют цель обеспечения рентабельности своего бизнеса и в большой мере зависят от того, насколько государство (контрольно-надзорные органы) предоставляют нормативно-правовые и общеэкономические возможности для свободного предпринимательства. Поэтому деловое сообщество, работающее в сфере общественного питания, усиленно ведет поиск схем работы, позволяющих соотнести рост бизнеса, расширение его возможностей, разработку новых видов товаров и услуг с максимальным удовлетворением потребностей потенциальных клиентов. И цифровизация в этом плане предоставляет колоссальный спектр возможностей, устанавливая тесный, интерактивный, непосредственный контакт между потребителем продукции и ее производителем (поставщиком, реализатором).

По подсчетам экспертов, в 2024 году около 65 % заведений общественного питания в Хабаровском крае уже внедрили, как минимум, одно новое ИТ-решение в свою бизнес-практику. К таким ИТ-решениям чаще всего относятся такие цифровые инструменты и маркетинговые схемы, как:

#### 1. Онлайн-заказы и доставка на дом.

70 % сетевых ресторанов Хабаровского края подключены к площадкам таких агрегаторов продовольственных заказов, как Delivery Club и Yandex Food. 35 % малых кафе предлагают доставку готовой еды через собственные сайты или аккаунты в социальных сетях.

#### 2. Цифровые меню.

До 50 % заведений общепита в Хабаровске используют QR-коды вместо традиционных бумажных меню, при

этом 15 % из них внедрили интерактивные меню с интеллектуальными рекомендациями на основе элементов ИИ-анализа, аналогичных Dynamic Yield.

#### 3. Автоматизация хозяйственного учета:

40 % предприятий используют системы R-Keeper или iiko для управления запасами и финансами; 20 % применяют в своей работе облачное учетно-аналитическое программное обеспечение, в частности «Эвотор».

#### 4. Бесконтактная оплата.

90 % заведений сферы общественного питания Хабаровского края принимают оплату за товары и услуги в режиме СБП и NFC (по сведениям Центробанка РФ на 2024 г.).

В целом за 2023–2024 годы доля информатизации участников краевого рынка общественного питания выросла на 25 %. Однако в малых городах, таких как Амурск и Советская Гавань, этот показатель пока не превышает 15 %. Цифровизация, как было показано выше, не только способствует развитию отрасли, но и оказывает значительное влияние на коммерческую эффективность. Автоматизация закупок во многих предприятиях общепита позволила снизить расходы на приобретение продовольственного сырья на 20–30 %, кроме того, на 15 % снизилась количество ошибок при формировании дистанционных заказов.

В туристическом сегменте, который, как мы указывали ранее, переживает период стагнации (особенно с точки зрения посещения региона зарубежными гостями, хотя по уточненным данным в 2023–2024 гг. въездной поток вырос до 55 тыс. туристов за счет приезжих из Азиатско-Тихоокеанского региона), можно наблюдать выделение специфического направления — гастротуризма с акцентом на российскую дальневосточную кулинарную традицию. В этой связи имеет смысл обратить внимание на несколько аспектов, требующих особого внимания в целях восстановления туристического потока в регион из-за границы. В частности, по нашему мнению, имеет смысл с большей активностью продвигать экологический фактор, акцентируя внимание иностранных путешественников на возможности отведать местные блюда из натуральных продуктов, а также обратиться к опыту этнической кулинарии народностей, проживающих на территории края. Необходимо также упростить визовый режим для туристов сопредельных с Дальневосточным регионом России государств.

В заключение отметим: проведенное исследование было посвящено развитию отрасли общественного питания в Хабаровском крае (с акцентом на цифровизации предприятий общепита), а также анализу ключевых тен-

денций и перспектив в части дальнейшего развития сектора HoReCa.

Изучение сложившейся в Хабаровском крае ситуации позволяет сделать следующие выводы:

- уровень цифровизации сферы общественного питания в регионе демонстрирует территориальную неравномерность — заметны существенные различия в интенсивности и спектре используемых ИТ-технологий в краевых центрах — Хабаровске и Комсомольске-на-Амуре, — где уровень цифровизации достигает 65–85 %. В малых городах и малочисленных населенных пунктах края этот показатель, напротив, не превышает 15–25 %;
- среди наиболее востребованных ИТ-технологий можно выделить сервисы онлайн-заказов, которые используют 70 % заведений краевых предприятий общепита; QR-меню (используют до 50 % предприятий), а также бесконтактную оплату, которую применяют 90 % опрошенных собственников бизнеса;
- основными препятствиями на пути углубления цифровизации в рассматриваемой сфере экономики являются высокая начальная стоимость внедрения ИТ-решений, нехватка квалифицированных кадров, а также неразвитость интернет-инфраструктуры вне крупных городов края;
- автоматизация бизнес-процессов в сфере общественного питания, как показывает практика, приносит значимый экономический эффект для бизнеса, позволяя снизить издержки на 20–30 %,

а учет индивидуальных предпочтений потребителей повышает средний чек в рознице на 10–25 %.

Учитывая положение дел в коммерческом секторе региональной экономики, считаем целесообразным рекомендовать предпринимательскому сообществу Хабаровского края, чья деловая активность связана со сферой туризма и массового питания, более последовательно и системно внедрять ИИ-аналитику в управленческие процессы и хозяйственный учет с целью повышения энергоэффективности, а также оптимизации использования ресурсов; продвигать программы повышения квалификации в области кадровой политики и регулярно обращаться к государственным мерам поддержки. Что касается властных структур и деятельности профильных ведомств, то им предстоит работать над дальнейшим расширением интернет-инфраструктуры и обеспечением большей площади покрытия территорий региона устойчивой интернет-связью.

Очевидно, что вектор дальнейшего развития сферы общественного питания и сектора HoReCa в целом лежит в плоскости комплексного подхода, который объединит усилия бизнес-сообщества, государства и общества. Поскольку Хабаровский край обладает значительным потенциалом для роста в рассматриваемой отрасли, то при грамотной инвестиционной политике, параллельном совершенствовании и технологии, и инфраструктуры, и законодательной базы результат превзойдет самые смелые ожидания.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Анализ рынка доставки еды в России 2023: отчет / Deloitte CIS. — URL: <https://www2.deloitte.com/ru/restaurant-tech> (дата обращения: 02.01.2025).
2. Глушкова, П.В. Цифровая трансформация индустрии гостеприимства. — Москва: Юрайт, 2023. — 245 с. — ISBN 978-5-534-16789-3.
3. Иванов, А.С. Цифровизация малого бизнеса в ДФО: проблемы и перспективы // Экономика региона. — 2023. — № 4. — С. 45–59. — DOI: 10.17059/ekon.reg.2023-4-5.
4. Итоги туристического сезона 2023 / Российский союз туристической индустрии. — 2024. — URL: <https://www.rstourism.ru/analytics> (дата обращения: 02.01.2025).
5. Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности: федеральный закон от 08.12.2003 № 164-ФЗ (ред. от 22.12.2020) // Собрание законодательства РФ. — 2003. — № 50. — Ст. 4850.
6. О государственной программе Хабаровского края «Развитие туризма» на 2021–2025 годы: постановление Правительства Хабаровского края от 15.12.2020 № 543-пр. — URL: <https://tourism.khabkrai.ru/programs> (дата обращения: 02.01.2025).
7. О стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р // Собрание законодательства РФ. — 2019. — № 39. — Ст. 5432.
8. Отчет о развитии туризма в Хабаровском крае за 2023 год / Министерство Российской Федерации по развитию Дальнего Востока. — Хабаровск, 2024. — 48 с. — URL: <https://minvr.gov.ru/analytics> (дата обращения: 02.01.2025).
9. Саак, А.Э. Информационные технологии в туризме и гостиничном хозяйстве / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. — Санкт-Петербург: Питер, 2022. — 320 с. — ISBN 978-5-4461-1876-3.
10. Туризм в России: статистический сборник / Росстат. — Москва, 2024. — 156 с. — URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23455> (дата обращения: 02.01.2025).
11. Цифровизация ресторанного бизнеса: тренды 2024 // РБК. — 2024. — 15 марта. — URL: <https://www.rbc.ru/technology> (дата обращения: 02.01.2025).

© Канаева Виктория Михайловна (012601@togudv.ru)  
Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»