

УДК 338.48

DOI 10.26118/2782-4586.2025.10.53.034

Астраханцева Арина Сергеевна

Иркутский государственный университет путей сообщения (ИрГУПС)

Александрова Елизавета Вячеславовна

Иркутский государственный университет путей сообщения (ИрГУПС)

Перспективы развития сбытовой деятельности предприятий общественного питания с использованием информационных технологий

Аннотация. В статье рассматриваются современные тенденции и перспективы развития сбытовой деятельности предприятий общественного питания с применением информационных технологий. Проанализированы ключевые проблемы отрасли за последние годы, включая влияние пандемии, инфляции и кадрового дефицита, а также пути адаптации ресторанных бизнеса к новым экономическим условиям. Особое внимание уделено роли цифровых решений в оптимизации сбытовых процессов, повышении эффективности управления и улучшении качества обслуживания клиентов. Рассмотрены примеры внедрения в деятельность предприятий общественного питания автоматизированных систем и различных агрегаторов доставки, в качестве как инструментов цифровизации процесса сбыта и расширения каналов продаж на примере предприятий, располагающихся на территории Иркутской области.

Ключевые слова: сбытовая деятельность, общественное питание, информационные технологии, цифровизация, автоматизация.

Astrakhantseva Arina Sergeevna

Irkutsk State Transport University, Irkutsk, Russian Federation (IrGUPS)

Alexandrova Elizaveta Vyacheslavovna

Irkutsk State Transport University, Irkutsk, Russian Federation (IrGUPS)

Prospects for the sales activities development of public catering enterprises using information technologies

Abstract. The article discusses current trends and prospects for the development of marketing activities of catering enterprises using information technology. The key problems of the industry in recent years analyzed, including the impact of the pandemic, inflation and staff shortages, as well as ways to adapt the restaurant business to new economic conditions. Special attention paid to the role of digital solutions in optimizing sales processes, improving management efficiency and improving customer service. Examples of the implementation of automated systems and delivery aggregators as tools for digitalizing sales and expanding sales channels using the example of the Irkutsk region.

Keywords: sales activities, catering, information technology, digitalization, automation.

Сбыт играет ключевую роль в деятельности любого предприятия, независимо от его масштабов и сферы деятельности. Именно сбыт завершает производственный процесс, обеспечивая превращение произведённой продукции или оказанных услуг в денежные средства, а значит создаёт основу для получения прибыли и дальнейшего развития бизнеса. От эффективности системы сбыта напрямую зависят финансовые результаты предприятия, его конкурентоспособность и устойчивость на рынке.

Современные предприятия работают в условиях высокой конкуренции, насыщенности рынка и постоянно меняющихся потребительских предпочтений. В таких условиях сбыт уже не ограничивается только реализацией готовой продукции, поскольку

он включает маркетинг, логистику, сервисное сопровождение и управление взаимоотношениями с клиентами. Эффективная сбытовая политика позволяет не только увеличить объемы продаж, но и укрепить доверие покупателей, повысить лояльность к бренду, а также обеспечить стабильный спрос на продукцию.

В последние годы совершенно особое значение приобретает использование цифровых технологий в организации процесса сбыта. Онлайн-торговля, электронные платформы, системы управления клиентскими данными (CRM), аналитика спроса и инструментальные панели позволяют предприятиям быстро реагировать на изменения рынка, сокращать издержки и повышать качество обслуживания. Все перечисленное делает процесс сбыта не просто функцией продаж, а стратегическим направлением, влияющим на общую эффективность бизнеса. [1]

Сбытовая деятельность является одной из ключевых функций предприятия общественного питания, поскольку именно она обеспечивает превращение производимых блюд и услуг в реальные доходы, формирует финансовую устойчивость и конкурентоспособность организации. Без эффективной системы сбыта даже высокое качество продукции, удачное меню или привлекательный интерьер не способны гарантировать стабильный поток клиентов и прибыль.

В условиях насыщенного рынка ресторанных услуг и высокой конкуренции сбыт приобретает стратегическое значение. Он включает не только реализацию готовой продукции, но и комплекс мероприятий по продвижению, формированию лояльности потребителей, управлению отношениями с клиентами и созданию позитивного имиджа заведения. Для предприятий общественного питания особенно важно выстраивать эффективные коммуникации с потребителями, ведь решения о выборе ресторана часто принимаются эмоционально и под влиянием имиджа, отзывов и онлайн репутации того или иного заведения.

Информационные технологии значительно расширяют возможности предприятий общественного питания в области сбыта. Использование цифровых платформ, систем онлайн-заказов, программ лояльности, мобильных приложений и инструментов аналитики позволяет оперативно реагировать на запросы потребителей, оптимизировать обслуживание и повышать качество клиентского опыта. Кроме того, внедрение CRM-систем помогает персонализировать сбытовую стратегию, прогнозировать спрос и поддерживать постоянных клиентов. [2]

После некоторого восстановления в 2020 году ресторанный бизнес как отрасль народного хозяйства в следующем, 2021 году так и не достигла показателей 2019 года: оборот предприятий общественного питания снизился на 4,4% (в сопоставимых ценах). Тем не менее, в крупнейших городах страны наблюдался уверенный рост. Так, оборот ресторанов, кафе и баров в городе Москве по итогам 2021 года достиг 375,6 млрд рублей, что на 40,6 % превышает показатель предыдущего года, а в Санкт-Петербурге объем выручки вырос на 44,8 %, составив 101,81 млрд рублей.

По мнению экспертов, основными факторами восстановления стали накопленный потребительский спрос, желание граждан вернуться к привычным формам отдыха, сезонный рост посещаемости в летний период, а также появление свободных площадей после ухода предприятий, не выдержавших последствий пандемии [3].

В 2022 году ресторанный бизнес вновь оказался под давлением, в основном из-за геополитической нестабильности и ослабления потребительских доходов. По данным различных источников оборот отрасли достиг 2,9-3 трлн рублей, что составило +2,5% к уровню предыдущего года. Однако этот прирост был обусловлен преимущественно ростом цен, вызванным высокой инфляцией, прогнозируемой Банком России на уровне 12-13%. [4]

Несмотря на сложную макроэкономическую ситуацию, предприятия общественного питания продолжали адаптироваться. Уже к началу 2023 года в стране функционировало свыше 300 тыс. точек общепита (включая столовые на предприятиях и в учебных

учреждениях), а общее количество заведений превысило 430 тыс., что на 4% больше показателя 2022 года. [5]

Основными трудностями 2023 года стали рост затрат и нехватка квалифицированных кадров. В 2024 году эти проблемы усугубились: повышение себестоимости продукции, рост зарплат и дефицит персонала заставили предпринимателей пересматривать бизнес-модели, внедрять цифровые технологии и снижать маржинальность с целью удержать клиентов. При этом массовых закрытий организаций в рассматриваемом секторе экономики не произошло, напротив, часть компаний расширяла деятельность в регионах и за рубежом, а также активно внедряла роботизацию как в процессах доставки, так и в целом. Интерес потребителей к питанию вне дома продолжал расти, формируя признаки постепенного восстановления спроса. [6]

К началу 2025 года ресторанная индустрия столкнулась с новым витком системных вызовов. Посещаемость кафе и ресторанов снизилась примерно на треть, а темпы открытия новых заведений уменьшились в 4,5 раза по сравнению с предыдущими годами. Даже крупные сети, такие как «Шоколадница» и «Ваби Саби», временно приостановили развитие. Это отражает не только падение покупательной способности, но и изменение потребительских предпочтений: всё больше россиян отдают предпочтение форматам «с собой» и «дикт-китчен», позволяющим экономить на визитах в традиционные рестораны.

Серьёзное влияние на отрасль оказывает рост издержек. Согласно данным Росстата, в 2024 году овощи и фрукты подорожали на 22,1%, себестоимость производства молока выросла на 24% (по сравнению с 2022 годом), а цена на семгу и аквакультуры достигла 1860 руб./кг, что на 40% выше уровня 2023 года. Эти тенденции ведут к увеличению себестоимости производимой продукции, оптимизации ассортимента и поиску более доступных поставщиков.

Дополнительное давление оказывает кадровый дефицит. Предприятия общественного питания остро нуждаются в официантах, поварах, кассирах и курьерах, что приводит к росту фонда оплаты труда и затрудняет подбор персонала, в особенности в регионах.

Кроме того, на динамику рынка негативно влияют высокие кредитные ставки и нехватка подходящих мест для размещения заведений. Повышение ключевой ставки делает заемное финансирование менее доступным, а ограниченное количество привлекательных площадей сдерживает развитие новых проектов.

Отдельной проблемой становится рост маркетинговых расходов: стоимость привлечения одного клиента ежегодно увеличивается на 20–30%. В этих условиях предприятиям необходимо активнее внедрять инструменты аналитики, развивать персонализированные программы лояльности и автоматизировать маркетинговые процессы.

Совокупность указанных факторов формирует новую экономическую реальность ресторанных бизнесов. Успеха в настоящее время достигают те компании, которые способны гибко реагировать на изменения, внедрять цифровые технологии, оптимизировать затраты и повышать эффективность управления. В современных условиях автоматизация, включая использование современных POS-систем и аналитических платформ, становится не просто фактором повышения эффективности, а основой устойчивости и конкурентоспособности предприятий. [7]

После пандемии в 2020 году сектор общественного питания в регионе начал восстанавливаться и показал существенный рост в период с 2021 по 2022 гг. Это выражалось в увеличении оборота отрасли, расширении объёма платных услуг и общем положительном тренде розничной торговли и сферы услуг в регионе

Оборот общественного питания в Иркутской области в 2021 году вырос по сравнению с 2020 годом на 37,4 % и составил 18,5 млрд рублей.

В городе Иркутске оборот общественного питания на начало 2021 года (в сравнении с предыдущим годом) увеличился на 10,5 % в сопоставимых ценах и равнялся примерно 2 млрд рублей. В отчётах материалах региона отмечалось восстановление спроса и рост

платных услуг населению (включая сферу общественного питания) – в результате снятия ограничительных мер и роста потребительской активности.

Согласно данным территориального органа Росстата, в 2022 году оборот предприятий общественного питания Иркутской области увеличился на 20,8% по сравнению с 2021 годом и достиг 26,9 млрд. рублей.

По итогам первого полугодия 2022 года отрасль общественного питания региона продемонстрировала устойчивый рост оборота. Данный показатель оценивался в 11,7 млрд рублей, что составляет 114 % от уровня аналогичного периода предыдущего года. [8]

В 2023 году предприятия общественного питания Иркутской области продолжили демонстрировать устойчивый рост. Согласно данным территориального органа Росстата, оборот предприятий общественного питания составил 34,0 млрд. руб.

Согласно статистическим данным, в 2024 году оборот предприятий общественного питания достиг 39,4 млрд рублей, что на 6,4% больше по сравнению с 2023 годом.

Не меньшей популярностью среди населения пользовались и бытовые услуги, поскольку их совокупный объём производства и сбыта за год составил 17,2 млрд рублей, увеличившись на 5,4% относительно предыдущего периода. [9]

Рассмотрим динамику оборота предприятий общественного питания в Иркутской области в 2020-2024 гг., представленную на рисунке 1.

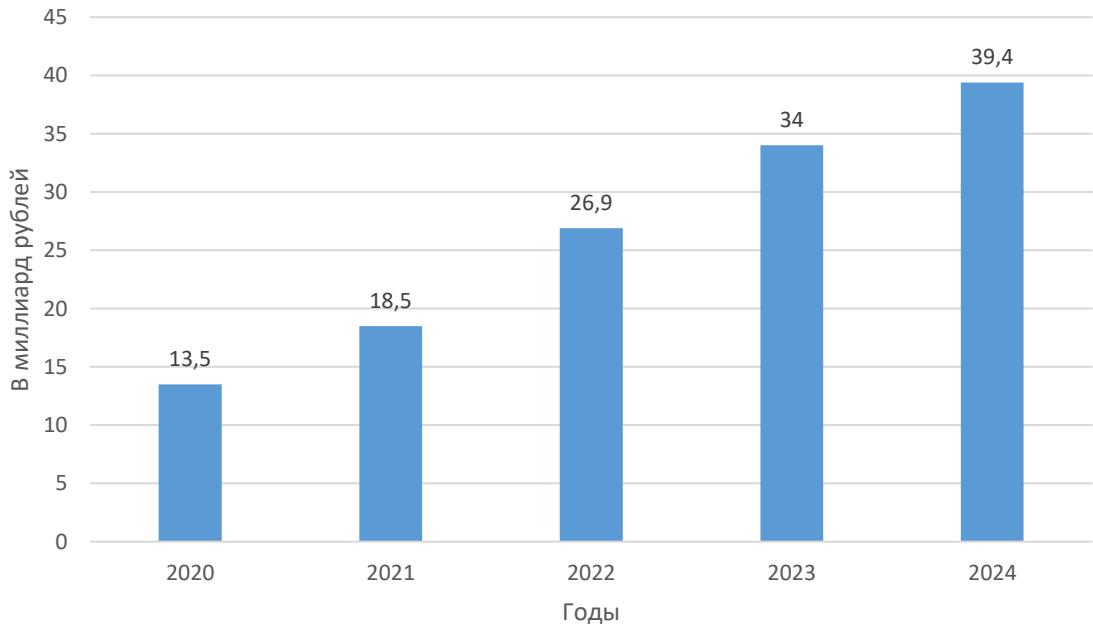


Рисунок 1 – Динамика оборота предприятий общественного питания в Иркутской области 2020-2024 гг., в миллиард рублей

В 2020 году наблюдалось падение рассматриваемых показателей в результате пандемии COVID-19, ограничений на работу заведений и снижения потребительской активности. Многие предприятия временно закрылись или перешли в формат доставки на дом, что значительно сократило общий оборот.

В 2021 году ситуация улучшилась, поскольку снятие ограничительных мер и накопленный отложенный спрос привели к росту на 37,4 %. Люди начали чаще посещать кафе и рестораны, увеличились траты на отдых и досуг.

В 2022 году оборот вырос ещё на 20,8 % благодаря развитию сервисов доставки, цифровизации управления продажами и расширению ассортимента услуг. Кроме того, инфляция и рост цен частично увеличили номинальные показатели оборота.

В 2023 году сохранялась тенденция роста (до 34 млрд руб.), чему способствовали активное восстановление потребительского рынка, открытие новых точек питания и внедрение POS-систем, позволяющих оптимизировать бизнес-процессы.

К 2024 году темпы роста замедлились (до 6,4 %), что объясняется насыщением рынка, ростом издержек на продукты и оплату труда, а также снижением покупательной способности населения. Тем не менее общий оборот достиг 39,4 млрд руб., что отражает устойчивость отрасли и её адаптацию к новым экономическим условиям.

Анализируя отраслевые изменения за ряд рассматриваемых лет, можно сделать вывод о том, что в условиях цифровизации экономики информационные технологии играют ключевую роль в повышении эффективности сбытовой деятельности предприятий. Современный сбыт невозможно представить без автоматизированных систем управления, которые обеспечивают интеграцию всех звеньев производственно-сбытовой цепи – от планирования выпуска продукции до взаимодействия с конечным потребителем. Информационные технологии позволяют сделать процесс реализации более прозрачным, гибким и управляемым, а также способствуют быстрому реагированию на изменения рыночной конъюнктуры.

Одной из важнейших функций ИТ в сбыте является оптимизация каналов распределения и обеспечение бесперебойного взаимодействия между производителями, посредниками и покупателями. Благодаря цифровым решениям предприятия получают возможность использовать многоканальные и омниканальные модели продаж, сочетая традиционные и онлайн-инструменты. Это особенно важно в условиях усиления конкуренции, когда успех компаний определяется скоростью обработки заказов, качеством обслуживания и персонализированным подходом к клиенту. [10]

Внедрение специализированных программных продуктов, таких как системы управления складом (WMS), транспортной логистикой (TMS) и клиентскими отношениями (CRM), обеспечивает точность учета, контроль запасов, автоматизацию документооборота и повышение скорости обработки заказов. Применение таких решений интегрирует сотрудников предприятия в единое информационное пространство, минимизирует ошибки и снижает затраты на организацию продаж.

Кроме того, развитие электронной коммерции привело к тому, что сбыт стал все более цифровизированным, поскольку на сегодняшний день цифровые платформы позволяют отслеживать заказы в реальном времени, управлять логистикой, получать аналитику о поведении покупателей и корректировать сбытовую стратегию. Таким образом, информационные технологии не просто поддерживают процесс реализации, но и формируют стратегическое преимущество предприятия, повышая его конкурентоспособность и устойчивость на рынке.

В целом, роль информационных технологий в сбытовой деятельности заключается в создании эффективной, адаптивной и клиентоориентированной системы, обеспечивающей стабильный рост продаж и повышение прибыльности бизнеса. [11,12]

Современная сфера общественного питания развивается в условиях высокой конкуренции, цифровизации и роста требований со стороны потребителей. Для успешного функционирования предприятиям необходимо не только совершенствовать качество продукции и сервиса, но и активно внедрять информационные технологии, обеспечивающие прозрачность и эффективность всех бизнес-процессов.

Информационные технологии в общественном питании позволяют автоматизировать управление производством, складом, персоналом и финансами. Системы автоматизации, такие как R-Keeper, Tillypad, Магия, 1С-Общепит – стали ключевыми инструментами повышения эффективности деятельности предприятий общественного питания. Они обеспечивают контроль над движением товаров, автоматизируют расчёт себестоимости блюд, упрощают учёт, предотвращают злоупотребления персонала и ускоряют обслуживание клиентов.

Использование ИТ-технологий способствует принятию более обоснованных управленческих решений. Руководители получают доступ к полной информации о состоянии предприятия, анализируют финансовые показатели и могут оперативно реагировать на изменения спроса. Автоматизация производственных процессов позволяет

поварам формировать меню и рассчитывать стоимость блюд, а менеджерам – контролировать закупки и логистику.

Помимо экономической выгоды, цифровизация способствует улучшению обслуживания клиентов, ускоряет процесс оформления заказов, обеспечивает гибкую систему скидок и позволяет собирать маркетинговые данные о предпочтениях гостей. Это делает предприятие более клиентаориентированным и конкурентоспособным.

Согласно данным Росстата, более 60% предприятий России используют информационные технологии в управлении, и их количество ежегодно растёт. Это подтверждает, что автоматизация становится неотъемлемым элементом современного бизнеса, способствующим повышению производительности труда, снижению издержек и росту общей эффективности. [13]

Рассмотрим рейтинг топ-5 мобильных приложений по сбыту в секторе общественного питания.

Яндекс.Еда (Yandex.Eda) – агрегатор доставки и канал продаж. Одно из крупнейших приложений-агрегаторов доставки еды в России; даёт ресторанам поток заказов через мобильное приложение и веб-портал, обеспечивает логистику доставки и платежи. Возможности данного приложения - подключение меню, приём заказов онлайн, интеграция с POS/кассой, управление акциями и скидками, аналитика заказов, инфраструктура курьеров.

Преимущества заключаются в высокой узнаваемости у клиентов, значительной базе пользователей в городе, возможность быстро получать заказы доставки без собственных курьеров. [14]

Delivery Club – крупный сервис доставки еды (также является агрегатором). Один из основных конкурентов сервиса «Яндекс.Еда» в сегменте доставки готовых блюд. Платформа предоставляет предприятиям общественного питания дополнительные каналы сбыта, инструменты для продвижения и доступа к широкой аудитории пользователей, предлагающих заказывать еду через мобильное приложение.

Сервис дает возможность принимать онлайн-заказы, проводить маркетинговые акции, рассыпать уведомления клиентам, а также интегрироваться с системами автоматизации ресторанов (POS/KDS). Для заведений города Иркутска использование сервиса Delivery Club является эффективным способом привлечения новых клиентов и расширения каналов продаж, особенно среди той части аудитории, которая активно пользуется именно этой платформой для заказа и доставки еды. [15]

iiko (iikoMobile / iikoCloud) – ERP/POS-платформа для общепита (мобильные модули). Комплексная система автоматизации предприятий общественного питания, предназначенная для управления всеми процессами ресторана или сети. Она включает POS-систему, управление складом и кухней (KDS), мобильные приложения для персонала и облачную версию, что делает её удобной для заведений любого формата – от кафе до ресторанных сетей.

Система обеспечивает работу с кассой, контроль закупок и запасов, расчёт себестоимости блюд, ведение клиентской базы (CRM) и интеграцию с агрегаторами доставки. Благодаря подробной отчётности и аналитике iiko помогает владельцам принимать эффективныеправленческие решения.

Для ресторанов города Иркутска iiko особенно полезна благодаря возможности централизации учёта и продаж, снижению себестоимости производимой продукции и ускорению обработки заказов. Локальные интеграторы предлагают внедрение и поддержку системы, что делает её доступным и надёжным решением для регионального рынка. [16]

R-Keeper (r_keeper Mobile / r_keeper Lite) – POS и мобильные терминалы официанта. Одна из самых популярных систем автоматизации ресторанных бизнеса в России, применяемая как в отдельных заведениях, так и в сетевых проектах. Платформа включает мобильные приложения для официантов, модули доставки и инструменты расчёта себестоимости, обеспечивая управление всеми ключевыми процессами ресторана.

Система поддерживает мобильный приём заказов у столиков, кухонные дисплеи (KDS), интеграцию с кассовыми терминалами и принтерами, автоматический расчёт себестоимости и формирование отчёtnости. Доступны как облачные, так и локальные версии, что позволяет адаптировать решение под масштаб предприятия.

Для ресторанов города Иркутска R-Keeper является надёжным и функциональным инструментом, оптимальным для заведений среднего и крупного формата. В регионе работают интеграторы, предлагающие внедрение и поддержку рассматриваемой системы. Для небольших предприятий целесообразно выбирать модульную версию для того, чтобы снизить затраты и сохранить необходимые функции. [17]

Poster POS – облачная касса и мобильное решение для малого и среднего общепита. Облачная система автоматизации, разработанная специально для небольших кафе, кофейн и заведений быстрого питания. Её главное преимущество – простота настройки и использования, что делает решение идеальным для малого бизнеса и начинающих предпринимателей. Платформа поддерживает интеграцию с QR-меню, сервисами доставки, а также включает инструменты для маркетинга и программ лояльности.

Система Poster POS позволяет быстро развернуть рабочие места, получить онлайн-доступ к отчётом и аналитике, принимать оплату через мобильные устройства, вести складской учёт и управлять акциями. Кроме того, предусмотрена возможность интеграции с агрегаторами доставки и курьерскими службами, что особенно важно для заведений, ориентированных на заказы на вынос и доставку. [18]

Для наглядного сравнения цифровых инструментов, применяемых в сфере общественного питания, была составлена матрица соответствия уровней преимуществ выбора агрегаторов, представленная в таблице 1.

Таблица 1- Матрица соответствия уровней преимуществ выбора агрегаторов

| Агрегат | Привлечение | Интеграция | Маркетинг | Малый бизнес | Быстрый запуск | Общий охват аудитории |
|---------------|-------------|------------|-----------|--------------|----------------|-----------------------|
| Яндекс.Еда | ++++ | ++ | +++ | + | ++++ | ++++ |
| Delivery Club | ++++ | ++ | +++ | + | ++++ | ++++ |
| iiko | ++ | ++++ | +++ | + | ++ | ++ |
| R-keeper | ++ | ++++ | +++ | + | ++ | ++ |
| Poster POS | + | ++ | ++ | ++++ | ++++ | + |

++++ отличный уровень; +++ хороший уровень; ++ удовлетворительный уровень; + низкий уровень

В представленной матрице отражены ключевые критерии оценки эффективности цифровых решений, применяемых в сфере общественного питания. Каждый из критериев характеризует отдельный аспект функционирования и практической полезности системы для предприятий отрасли:

1. Привлечение – способность платформы обеспечивать приток клиентов и заказов, формировать дополнительный канал сбыта.
2. Интеграция – уровень совместимости и взаимодействия системы с внутренними бизнес-процессами предприятия, включая кассовое оборудование, складской учёт и систему управления заказами.
3. Маркетинг – наличие инструментов продвижения, организации акций, программ лояльности и аналитики потребительского поведения.
4. Малый бизнес – степень доступности и удобства внедрения для небольших предприятий общественного питания, требующих минимальных затрат на запуск.
5. Запуск – скорость и простота внедрения решения, включая техническую настройку и обучение персонала.

6. Охват – масштаб пользовательской аудитории и географическое присутствие платформы, определяющие потенциал роста продаж и узнаваемость бренда.

Агрегаторы Яндекс.Еда и Delivery Club демонстрируют наибольшее количество преимуществ по критериям «Привлечение» и «Охват». Эти платформы обеспечивают высокий поток заказов за счёт широкой пользовательской базы, узнаваемости бренда и развитой логистической инфраструктуры, способной существенно снизить риски в бизнесе. [19] Их сильная сторона заключается в способности быстро подключать предприятия к системе онлайн-доставки и формировать внешний канал сбыта без необходимости создавать собственную службу курьеров что в особенности важно на этапе становления стартапа проекта. [20]

. Вместе с тем уровень интеграции с внутренними процессами ресторана у данных агрегаторов остаётся ограниченным – взаимодействие с POS-системами осуществляется через API, что не всегда обеспечивает полную синхронизацию данных.

Системы автоматизации iiko и R-Keeper, напротив, лидируют по критерию «Интеграция». Они обеспечивают комплексное управление всеми процессами предприятия – от работы кассы и склада до аналитики и CRM. Эти решения направлены не на привлечение новых клиентов, а на повышение эффективности внутренних операций, снижение издержек и контроль над качеством обслуживания. По сравнению с агрегаторами, внедрение таких систем требует больше времени и финансовых затрат, однако в долгосрочной перспективе они способствуют росту прибыльности и прозрачности бизнеса.

Облачная система Poster POS занимает промежуточное положение между крупными ERP/POS-решениями и агрегаторами. Она получает высокие оценки по критериям «Малый бизнес» и «Запуск», поскольку ориентирована на небольшие кафе и кофейни, где важны простота настройки и минимальные издержки. При этом её функциональные возможности несколько уступают более комплексным системам iiko и R-Keeper, что делает её оптимальным выбором для стартапов и предприятий с ограниченным бюджетом.

Результаты анализа показывают, что ни одна из рассмотренных платформ не обладает универсальным набором преимуществ. Агрегаторы (Яндекс.Еда, Delivery Club) эффективно выполняют роль внешних каналов продаж, тогда как системы автоматизации (iiko, R-Keeper, Poster POS) обеспечивают внутреннюю управляемость и устойчивость бизнеса.

Для предприятий общественного питания города Иркутска Poster POS является доступным и удобным решением, обеспечивающим быстрый запуск бизнеса без необходимости в крупном IT-персонале. Она особенно полезна для небольших кафе, кофеин и франшиз, где важно сочетание низких затрат и стабильной работы. Однако по функциональности система уступает более масштабным решениям вроде iiko или R-Keeper, поэтому для крупных ресторанных сетей может потребоваться использование более комплексных платформ.

Современные предприятия общественного питания функционируют в условиях высокой конкуренции, цифровизации экономики и изменяющихся потребительских предпочтений. Эффективная сбытовая деятельность становится ключевым фактором устойчивости и прибыльности бизнеса. Проведённый анализ показал, что внедрение информационных технологий позволяет оптимизировать процессы реализации, снизить издержки и повысить качество обслуживания клиентов. Использование автоматизированных систем, таких как iiko, R-Keeper и Poster POS, способствует интеграции всех звеньев управления и повышению прозрачности бизнес-процессов.

Отечественные агрегаторы доставки создают дополнительные каналы сбыта и расширяют охват целевой аудитории. В результате проведенного анализа установлено, что цифровизация деятельности объективно способствует росту оборота и устойчивости предприятий общественного питания. В то же время дальнейшее развитие исследуемого сектора экономики требует адаптации к росту издержек, кадровому дефициту и снижению

покупательной способности населения. Перспективным направлением является использование аналитики данных, мобильных приложений и искусственного интеллекта для персонализации клиентского опыта. В совокупности эти факторы формируют новую модель сбытовой деятельности, основанную на цифровых решениях, гибкости и клиентаориентированности.

Список источников

1. Ха Ань Туан. Экономическая сущность сбытовой деятельности предприятия / Финансовые рынки и банки. №5 2021 [ФРиБ]. С 65–69. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-suschnost-sbytovoy-deyatelnosti-predpriyatiya/viewer>. (дата обращения: 16.10.2025).
2. Алтынбаева А.Р. Формирование стратегии продвижения услуг предприятий общественного питания / А.Р.Алтынбаева // Саратов, 2019. URL: http://elibrary.sgu.ru/VKR/2019/43-03-01_017.PDF. (дата обращения: 15.10.2025).
3. TADVISER.RU Государство. Бизнес. Технологии. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Ресторанный рынок России. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Ресторанный_рынок_России (дата обращения: 15.10.2025).
4. Ритейл.Ру Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Рестораторы подводят итоги 2022: кому и как удается оставаться на плаву? URL:<https://www.retail.ru/articles/restoratory-podvodyat-itogi-2022-komu-i-kak-udaetsya-ostavatsya-na-plavu/>. (дата обращения: 16.10.2025).
5. PREMIUMBONUS Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Что эксперты думают об изменениях на рынке общепита в 2023 году. URL: https://premiumbonus.ru/blog/public_catering_market_in_2023. (дата обращения: 16.10.2025).
6. Ритейл.Ру Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Рестораторы подводят итоги 2024 года: чем ответить на волатильность и кадровый голод. URL:<https://www.retail.ru/articles/restoratory-podvodyat-itogi-2024-goda-chem-otvetit-na-volatilnost-i-kadrovyu-golod/> (дата обращения: 17.10.2025).
7. Официальный сайт АО «ТБанк» [Электронный ресурс]. – Как МСБ в ресторанном бизнесе выжить в кризис 2025 года/ URL: https://secrets.tbank.ru/blogi-kompanij/msb-v-restorannom-biznese/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F&internal_source=copy paste&internal_source=copy paste/ (дата обращения: 16.10.2025).
8. Акимова Р.А. Состояние и перспективы развития сферы общественного питания в России/ Р.А. Акимова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования, №2 (68), 2023. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-perspективy-razvitiya-sfery-obschestvennogo-pitaniya-v-rossii/viewer> (дата обращения: 16.10.2025).
9. Официальный сайт территориального органа государственной статистики по Иркутской области. Потребительский рынок Иркутской области в 2022 году. [Электронный ресурс]. – URL: https://38.rosstat.gov.ru/new/document/197825?utm_source (дата обращения: 15.10.2025).
10. Рубцова Н.В., Астраханцева А.С. Медиасистема университета и оценка эффективности ее функционирования / Н.В. Рубцова, А.С. Астраханцева // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11. №2. С. 322-341.
11. Текучева С.Н., Бубликов М.А. Использование информационных технологий в системе сбытовой деятельности предприятия / С.Н. Текучева, М.А. Бубликов // Международный научный журнал «ВЕСТИНИК НАУКИ» № 11 (20) Т.2. 2019. С 130–134. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-informatsionnyh-tehnologiy-v-sisteme-sbytovoy-deyatelnosti-predpriyatiya/viewer>. (дата обращения: 16.10.2025).

12. Артамонова К.А. Эффективность внедрения информационных технологий на предприятиях питания / К.А. Артамонова // С. 91-93. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-vnedreniya-informatsionnyh-tehnologiy-na-predpriyatiu-pitanija/viewer/>. (дата обращения: 21.10.2025).
13. Инфраструктурные аспекты управления социально-экономическими системами / И. Ю. Сольская О. И. Русакова, А. С. Меркулов [и др.]. – Иркутск : Иркутский государственный университет путей сообщения, 2022. – 310 с. – ISBN 978-5-98710-386-9. – EDN DNQYLU.
14. Компания Яндекс. Еда. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <https://eda.yandex.ru/irkutsk?shippingType=delivery>. (дата обращения: 17.10.2025).
15. Компания Delivery Club. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <https://market-delivery.yandex.ru/moscow/spb>. (дата обращения: 17.10.2025).
16. Компания iiko. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: https://iiko.ru/?utm_source. (дата обращения: 17.10.2025).
17. Компания R-Keeper. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: rkeeper.ru/?utm. (дата обращения: 17.10.2025).
18. Компания Poster POS. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <https://joinposter.com/?utm>. (дата обращения: 17.10.2025).
19. Рябущенко О.А., Бородавко Л.С., Хоменко Г.А. Анализ страхового рынка в рамках реализации стратегии развития страховой деятельности / О.А. Рябущенко, Л.С. Бородавко, Г.А. Хоменко // Baikal Research Journal. – 2022. –Т. 13. №3. URL: <https://brj-bguerp.ru/reader/article.aspx?id=25354> (дата обращения: 20.10.2025).
20. Головань С.А., Беднарж В.В. Теоретические подходы к определению рисков стартапов проектов / С.А. Головань, В.В. Беднарж В.В. // Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 11. С. 351-357. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50182477_43285500.pdf (дата обращения: 22.10.2025).

Сведения об авторах

Астраханцева Арина Сергеевна – к.э.н., доцент кафедры «Финансовый и стратегический менеджмент», Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, Россия.

Александрова Елизавета Вячеславовна – студент, направление подготовки Менеджмент, профиль «Логистика и управление цепями поставок», Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, Россия

Information about the authors

Astrakhantseva Arina Sergeevna – Candidate of Economic Sciences, Associate professor, Department of Financial and Strategic Management, Irkutsk State Transport University, Irkutsk, Russia

Alexandrova Elizaveta Vyacheslavovna – student, 38.03.02 Management, Logistics and Supply Chain Management, Irkutsk State Transport University, Irkutsk, Russia