

ТЕНДЕНЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ ПОЧАТКУ 2020-Х РОКІВ

Братіцел Марина Леонідівна

ORCID ID: 0000-0001-9206-3479

канд. культурології,

старший викладач кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу

Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

Станом на початок 2020-х рр. ресторанна індустрія перебуває в епіцентрі трансформаційних процесів, зумовлених рядом об'єктивних та суб'єктивних факторів – від наслідків кризи в галузі охорони здоров'я, до власне енергетичної кризи, зумовлених напруженою ситуацією в політичній сфері. Незважаючи на те, що ресторани та заклади швидкого харчування, відзначені зірками Мішлена, досягли певного успіху, цифровізація, зміна очікувань споживачів і посилення конкуренції змінили ресторанний ландшафт. Актуальним та необхідним у контексті збереження та розширення ресторанного бізнесу наразі стає адаптування до нових споживчих тенденцій, зокрема, до очікувань, пов'язаних із дієтою та варіантами доставки. Крім того, цифровізація та присутність у соціальних мережах стають важливими для залучення та утримання клієнтів. Покладаючись на власну креативність і сміливість, європейські ресторатори можуть продовжувати впроваджувати інновації та займати позиції лідерів на міжнародній арені, зберігаючи при цьому свою гастрономічну спадщину [3].

Сектор громадського харчування став гіперконкурентним, на цьому ринку з'явилися нові гравці, не пов'язані з ресторанами. Таким чином, ресторатори повинні переосмислити себе та адаптувати свою економічну модель. Ресторани можуть скористатися кількома тенденціями для розвитку, зокрема, пропонуючи органічні продукти, споживачами яких є понад 70% європейців, і адаптуючи свою пропозицію для вегетаріанців і веганів, кількість яких наразі лише зростає [3]. Веганство – різновид вегетаріанства або рослинного харчування з найсуворішими обмеженнями, виключаючи всі продукти тваринного походження та субпродукти [1, с. 3505], що наразі надзвичайно популярний напрямок особливо в країнах з високим рівнем доходу. В європейських країнах веганство стало популярним і стійким напрямком харчування, глибоко вкоріненим у сучасному повсякденному споживанні та кулінарних задоволеннях. Захоплення веганською кухнею передбачає свідоме споживання продуктів виключно рослинного походження без шкоди для смаку та задоволення. Очікування клієнтів, коли справа доходить до харчування, радикально змінюються. Зростаючий попит на варіанти здорової їжі відображається у збільшенні продажів вегетаріанських і веганських страв на 20%, що свідчить про перехід до більш свідомого вибору їжі. Крім того, екологічність набирає обертів: 30% споживачів надають перевагу екологічно чистим закладам, що свідчить про значну зміну пріоритетів галузі. Досвід клієнтів стає вирішальним фактором: 40% споживачів підкреслюють важливість загального досвіду обслуговування при виборі ресторану. Це бажання отримати винятковий досвід перетворюється на прагнення до бездоганного обслуговування, привабливого меню та суворих стандартів гігієни та безпеки харчових продуктів.

Динамічний розвиток ІКТ в ресторанному бізнесі зумовив появу нових бізнес-моделей, побудованих на використанні цифрових технологій. Показовим прикладом став турецький стартап «Paket Mutfak», що дозволяє ресторанам відкривати нові філії лише з доставкою без будь-яких засновницьких інвестицій є першим прикладом хмарної кухні в Туреччині [2, с. 212]. Окрім того, цифровізація передбачає залучення в ресторанну діяльність такого ефективного інструментарію як соціальні медіа, в першу чергу соцмережі. Так, наприклад, наразі 70% французьких шеф-кухарів присутні в Instagram, а 47% ресторанів пропонують онлайн-бронювання [3]. Співвідношення ціни та якості є ще більш важливим в умовах інфляції та стрімкого зростання вартості основних продуктів та енергії. Незважаючи на повторне підтвердження харчування в приміщенні, харчування на винос продовжує зростати. Споживачі цінують зручність платформ онлайн-доставки та вивозу, водночас усвідомлюючи проблеми, пов'язані з кур'єрськими компаніями, як-от високі гонорари та умови роботи кур'єрів. Більшість, 63%, віддають перевагу замовляти безпосередньо в ресторанах, спонукаючи ресторани досліджувати нові шляхи для замовлень поза приміщенням, наприклад, розробляти власні онлайн-платформи для замовлень, пропонуючи економічно ефективну альтернативу збереженню контролю над обслуговуванням клієнтів і мінімізуючи пов'язані витрати до посередників доставки.

Останнім часом спостерігається відновлення інтересу споживачів до громадського харчування. Це захоплення можна пояснити ефектом «наздоганяння задоволення» після періодів карантинних обмежень. Ресторатори повинні скористатися цією можливістю, щоб завоювати лояльність клієнтів і впроваджувати інновації у свої пропозиції, щоб зберегти цю позитивну динаміку.

Адаптація власників ресторанів до нових споживчих тенденцій, таких як місцеві продукти, вегетаріанські страви і страви на винос демонструє їх здатність відповідати мінливим очікуванням клієнтів. Ця гнучкість може дозволити їм виділитися на конкурентному ринку та захопити нову частку ринку. Тенденції ресторанного бізнесу початку 2020-х рр. відображають зміни в моделях споживання, частково через розвиток дистанційної роботи, що сприяють можливості диверсифікувати свої джерела доходу та охопити ширшу аудиторію, особливо в містах. Зусилля, докладені рестораторами для залучення та утримання своїх працівників, такі як підвищення зарплат, адаптація графіків та наймання нових працівників, демонструють прихильність до обізнаності з питаннями, пов'язаними з управлінням персоналом. Інвестування у людський капітал надає можливість рестораторам підвищити свою продуктивність і якість послуг, що є ключовими елементами формування лояльності клієнтів. Щоб забезпечити стабільне та збалансоване майбутнє, ресторани повинні взяти на себе зобов'язання сприяти паритету та рівним можливостям у своїх командах. Це передбачає впровадження справедливої політики найму, навчання та розвиток навичок працівників, а також просування жінок на керівні посади.

Сектор громадського харчування європейських країн сильно постраждав від кризи охорони здоров'я, але він також продемонстрував свою здатність адаптуватися та впроваджувати інновації. У 2024 р. ресторатори повинні продовжувати розвиватися, щоб задовольнити очікування споживачів, скористатися можливостями, що надаються цифровізацією та новими споживчими тенденціями, а також сприяти рівним можливостям у своїх командах.

Отже, основними тенденціями європейської ресторанної індустрії на початку третього десятиліття XXI ст. є: адаптування до нових споживчих тенденцій, зокрема

розширення екокультурних практик, в тому числі в контексті використання органічних продуктів та залучення вегетаріанців та веганів як потенційних клієнтів; цифровізація більшості аспектів ресторанної діяльності (від онлайн-бронювання та популяризації закладу в соціальних медіа, до бізнес-моделей, заснованих на використанні інформаційно-комунікаційних технологій та ін.); фокусування на роботі на винос, доставці та click & collect; сприяння паритету та рівним можливостям.

Список використаних джерел:

1. Bakaloudi D.R., Halloran A., Rippin H.L., Oikonomidou A.C., Dardavesis T.I., Williams J., Wickramasinghe K., Breda J., Chourdakis M. (2021). Intake and adequacy of the vegan diet. A systematic review of the evidence. *Clin. Nutr.* 40, 3503–3521.
2. Can Ü. (2021). A Conceptual Assessment of Current Trends in the Restaurant Industry Accompanied with Future Forecasts. *Journal of New Tourism Trends*, 2(2), 209–219.
3. Torregrosa S. (2023). Restauration en 2024: chiffres clés, risques et opportunités. Вилучено з: <https://www.extencia.fr/chiffres-cles-restauration>.