

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

*Мустаева А.Т., студент 8341 гр.,
Поволжская государственная академия
физической культуры, спорта и туризма
Научный руководитель – ст.преподаватель Матасова А.К.*

Ресторанный бизнес сегодня – одна из самых быстро развивающихся сфер экономики. К тому же развитие ресторанного бизнеса в стране идет по многим направлениям. Конкуренция на рынке таких услуг велика, и большинство ниш уже занято. Именно поэтому ресторатору важно не только заботиться о качестве еды и профессиональном персонале, но и тонко чувствовать тенденции ресторанного бизнеса, воплощать меняющиеся потребности своего потребителя. С этими факторами связана актуальность данной статьи.

Целью исследования является выявление наиболее успешных тенденций в ресторанном бизнесе в России на сегодняшний день.

Деятельность ресторана в первую очередь направлена на удовлетворение потребностей населения в разнообразной, здоровой и вкусной пище, сервисных услугах, а также получение прибыли. Сегодня успех ресторатора зависит от наличия хорошего менеджмента, современной кухни, наличия концепции ресторана, бара, безукоризненного сервиса, интересного интерьера и разумных цен.

В данной статье хотелось бы рассмотреть несколько трендов современного ресторанного бизнеса:

1. Кофейная инновация. Кофе холодного заваривания, драфткофе, кофейные лимонады, авторские напитки на разных видах альтернативного молока. Все эти экстравагантные напитки уже существуют в маленьких креативных кофейнях и в ассортименте крупнейших сетей.

2. Zero Waste. На Западе тренд на безотходное производство силен уже более 5-6 лет. Российские рестораны обратились к этой идее совсем недавно, тем не менее сокращение пищевых отходов стало уже более популярным во многих городах.

3. Kidults. Теперь ресторанам, ориентированным на семейный сегмент, важно быть интересным для всех: предлагать блюда и десерты, которые заинтересуют и родителя, и ребенка.

4. Завтрак целый день. На сегодняшний день можно заметить развития культуры завтраков в России, так как в ресторанах, которые практикуют данную идею, заметно повышен спрос на утренние часы. Именно поэтому многие рестораторы продлевают действие утреннего меню на весь день или ограничивают его более поздними часами.

5. Продукт «Без». В 2020 году было запущено движение молодыми людьми, предполагающее разрушительное воздействие традиционного сельского хозяйства. В связи с этим начала расти потребность в продуктах «без»: глютена, сахара, ГМО, лактозы и прочего.

6. Боулы. На смену блюдам-конструкторам пришли готовые решения для потребителей, ведущих разный стиль жизни или придерживающихся различных типов питания. Так, например, лондонская сеть Leon предлагает обширное меню с заготовленными life-style решениями. Гость может выбрать одно из всего предложенного, вроде «Я веган», «Что есть на пробу?» или «Чувствую себя торжественно».

7. Instagram или банкротство. Говоря о социальных сетях, нельзя не отметить важность эстетики и визуализации продуктов питания. Такие платформы как Instagram и Snapchat помогли увеличить популярность таким продуктам, как свекла, куркума и маття (японский зеленый чай), благодаря красивым фотографиям. Изменение работы ресторанов над дизайном блюд и напитков будет влиять на желание потребителей постоянно «показывать миру» то, что они едят.

8. Открытая кухня. Это популярный формат кухни-витрины, который позволяет всем посетителям ресторана наблюдать за работой шеф-повара, кондитеров, оценить качество

продуктов и убедиться, что каждое блюдо готовят из свежих ингредиентов и с соблюдением всех технологий. Более того, это интересное развлечение для гостей.

9. Еда и благотворительность. Глобальное внимание к стихийным бедствиям неуклонно растет и заставляет задуматься о всех проблемах, с которыми сталкивается человечество. Поэтому коллективное кулинарное сообщество начинает предлагать свою пищу везде, где она может пригодиться, прикладывая все больше усилий к сотрудничеству с благотворительными организациями для формирования устойчивой поддержки. Шеф-повара начинают придавать более глубокое значение еде и собственным информационным связям: меньше пустых поводов для СМИ, больше готовности взять на себя серьезные проблемы общественности и решить связанные с ними вопросы питания.

Ресторанные тренды меняются быстро, особенно это связано с введением карантинных мер в разных странах. Если раньше доставка из ресторана была не очень популярна, то сейчас большая часть выручки приходится именно на заказы на доставку и с собой. Среди самых популярных тенденций в эпоху пандемии можно выделить:

1. QR-коды. Все больше ресторанов уходят от использования бумажных меню, так как это небезопасно. QR-код может содержать разную информацию: меню, условия доставки, историю ресторана или данные персональных карт лояльности. С помощью кода также можно создать заметку в календаре с акцией или мероприятием, которое будет в заведении, или можно просто перенаправить посетителя на страницу отзывов.

2. Доставка еды из ресторанов и кафе. Этот тренд в России развивается быстрее других. В реалиях карантина, доставка это то, что приносит большую часть прибыли заведениям, благодаря работе Delivery Club и «Яндекс.Еда». Также свои сервисы запустили известный блогер Варламов и «Тинькофф банк».

3. Новые форматы. Компании, работающие в сфере общепита, нередко испытывающие трудности с поиском подходящей локации, все чаще предпочитают размещаться на площади банков и компаний, занимающихся розничной торговлей. Так, сеть Sofix начала сотрудничество с «М.Видео» и Теле2. Второй по размеру выручки в России ретейлер «Магнит» объявил о намерении устанавливать в своих магазинах кофейные аппараты. Кофейные корнеры от «РусХОЛТС» также должны появиться в магазинах «ВкусВилл». Сбербанк и российский филиал международной сети ресторанов McDonald's представил совместный проект, в рамках которого в отделениях банка будут открываться зоны фастфуда.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что индустрия питания в России и в мире очень активно ищет новые формы работы с потребителями. Из наиболее успешных новшеств за 2020 год для нашей страны можно отметить: кофейную инновацию, завтрак целый день, боулы., активное внедрение социальных сетей, доставку еды из ресторанов и кафе. Именно данные форматы чаще всего внедряют предприятия питания России. Необходимость данной деятельности диктует само время, когда ресторанный бизнес стал одной из тех сфер экономики по которым пандемия ударила сильнее всего. Чтобы выжить, чтобы развиваться индустрия общественного питания вынуждена изыскивать новые ресурсы. Также одной из главных особенностей ресторанного бизнеса становится все большая направленность заведений на конкретных потребителей, обильное многообразие и возможность удовлетворить потребности практически каждого.

Список литературы

1. Состояние и тенденции развития ресторанного бизнеса в современной России [Электронный ресурс], - Режим доступа: https://mitg.vvsu.ru/science/analytics/details/article/10801594/sostoyanie_i_tendencii_razvitiya
2. Топ-13 трендов ресторанного бизнеса в 2021 году [Электронный ресурс], - Режим доступа: <https://joinposter.com/post/restaurant-trends>
3. Современные тенденции развития ресторанного бизнеса [Электронный ресурс], - Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41818742>

4. 10 основных гастрономических тенденций в 2019 году [Электронный ресурс], - Режим доступа: <http://prohotelia.com/2018/10/10-food-and-dining-trends/>
5. Главные тренды 2020 [Электронный ресурс], - Режим доступа: <https://buybrand.ru/news/26824/>