

УДК 294.271-044.33

Т. Брикова

*канд. техн. наук, доц.,
доцент кафедри готельного,
ресторанного бізнесу та туризму,
Харківський державний університет
харчування та торгівлі*

ДОСТАВЛЯННЯ ЇЖІ ЯК ПОПУЛЯРНА ТЕНДЕНЦІЯ В УМОВАХ СУЧАСНОСТІ

У нинішньому світі, коли кожен мешканець великого чи малого міста одночасно має безліч завдань та розплановані дні, тижні свого життя, часу на приготування їжі залишається мало або його й зовсім немає, а харчуватися в фастфудах – шкідливо для здоров'я. До чого це все? До того, що на всі ці питання є одна відповідь – доставляння їжі.

Історія доставки їжі як популярної послуги і сегмента ринку почалася в Індії: у XIX столітті в країні з'явилася система «даббавала» – доставляння гарячих обідів пішими розносниками. Це було пов'язане із швидким зростанням значення міст у розвитку суспільства і появою великих міст, а також зі специфікою транспортної структури: вона була заплутаною і перенавантаженою, громадянам було незручно їздити з роботи додому на обід через дуже щільний трафік [1].

Подальший розвиток доставлення їжі зумовила Друга світова війна. Американські солдати в Італії скуштували тамтешню національну страву – піцу. Маючи велике враження від її смаку, вирішили виготовляти піцу і в себе на батьківщині, а щоб привернути більшу увагу споживачів, було організовано доставлення. Можемо вважати, що саме ці події стали підґрунтям того, що тепер слова «піца» та «доставлення» – майже одне ціле.

Аналізуючи дані NPD (компанія для вивчення ринкової кон'юнктури), мобільні додатки та інтернет змінюють стандарти замовлення їжі. І якщо в 2016 році за допомогою інтернету було зроблено 39% замовлень доставлення, то в 2017 році їх стало вже 46% [2].

В умовах великого ринку підприємств ресторанного господарства сервіс доставлення стає щоразу більше технологічним. Для того, щоб витримати конкуренцію, упроваджують різні програми лояльності через месенджери, чат-боти та інші сучасні технології, що приваблюють споживачів.

До основних переваг доставлення їжі зазвичай належать такі: заощадження часу, сил, коштів, великий асортимент, пропонування ексклюзивних страв. Зважаючи на ситуацію з пандемією COVID-19, яка склалася у всьому світі і в Україні зокрема, доставлення їжі стає необхідністю як для підприємців, так і для споживачів. Багато закладів харчування впроваджують доставлення їжі, щоб подолати кризу, яку зумовив COVID-19, і не збанкрутувати. Придбання продукції ресторанного господарства із доставлянням стає не тільки чинником заощадження часу, а й створення безпечних умов у системі відносин «споживач – заклад харчування».

Підсумовуючи, можна стверджувати, що ресторанне господарство розвивається в умовах сучасності. Сервіс доставлення їжі впевнено зміцнює свої позиції. Незважаючи на економічні, політичні та суспільні зміни, ця тенденція набуває чим раз більшої популярності. Послуга доставляння є дуже зручною як для споживача, так і для виробника.

Ключові слова: доставляння їжі, тенденція, історія, сучасність, COVID-19.

Список використаних джерел

1. Доставка їжі додому: як і коли з'явилася ідея [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukr.media/world/393965/> (дата звернення: 23.10.2020).
2. Чистяков А. Л. Как заработать на доставке еды. Из пункта А в пункт Б / Чистяков А. Л. – Москва : Ресторанные ведомости, 2020. – 176 с.