

СПРОС НА ВЕГАН-ЕДУ ВЫРОС. КАК НА ЭТОМ ЗАРАБОТАТЬ?

Куриленко Дарья Викторовна

студент Высшей школы сервиса, Российский государственный университет туризма и сервиса, РФ, д.п. Черкизово

Коннова Оксана Алексеевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и предпринимательской деятельности предприятий Российского государственного университета туризма и сервиса, РФ, д.п. Черкизово

Аннотация. В статье рассматривается стремительно растущий спрос на веганскую и вегетарианскую еду как глобальный потребительский тренд и потенциальная бизнес-ниша. Анализируются причины популярности растительного питания, включая экологические, этические и медицинские факторы, а также изменения в потребительском поведении и предпочтениях. Рассматриваются примеры успешных компаний в отрасли, а также перспективы развития веганских ресторанов в разных регионах мира — от Европы и Северной Америки до стран Азии и России.

Ключевые слова: веганская кухня, растительное питание, вегетарианство, ресторанный бизнес, экология, потребительское поведение, здоровое питание, рынок растительных продуктов, структура затрат, веганство в России

В современном мире все большую популярность набирают веганские и вегетарианские блюда, а следовательно и заведения, где эти блюда можно приобрести. Это связано прежде всего с развивающимся трендом на здоровье человека. Данные блюда имеют популярность среди людей, которые хотят сохранить свое крепкое здоровье на многие годы или улучшить его, которые хотят добиться стройной фигуры без серьезных физических нагрузок, ведь правильное и сбалансированное питание один из важных ключей к красивой внешности. Данное мнение также поддерживают многие врачи и исследователи.

К культуре здорового питания прибегают спортсмены, стремящиеся к серьезным результатам. Для другой части последователей аргументом в пользу культуры здорового питания становится вред, причиняемый природе развитием животноводства. Современность - это прежде всего быстрое распространение информации. Если люди видят результат в экспериментах других, то конечно же хотят попробовать, что и положило начало вегетарианской и веганской культуре.

Цель данной статьи — проанализировать экономическую составляющую бизнеса веганских и вегетарианских ресторанов. Задачи включают исследование исторического контекста индустрии, анализ основных экономических показателей, структуры затрат, особенностей ценообразования и влияния экологических факторов, а также выявление перспектив и вызовов для развития этого сектора. История вегетарианских ресторанов зародилась в

Швейцарской кухне. Данный факт выглядит парадоксально, поскольку ассоциируется национальная кухня Швейцарии ассоциируется с мясом и картофелем. Основанный в 1898

году ресторан Haus Hiltl занесён в Книгу рекордов Гиннеса как старейший в мире вегетарианский ресторан. По сей день им управляет та же семья, что и в день открытия, и это уже четвёртое поколение рестораторов. И хотя сейчас Haus Hiltl является одним из самых популярных и модных ресторанов Цюриха, который любят как вегетарианцы, так и мясоеды, так было не всегда. Популярность и процветание данному заведению обеспечил немецкий портной Амброзиус Хильтль, спасение которого лежало в блюдах, готовящихся в ресторане Vegetaria (так он назывался в самом начале своего пути). После чего устроился там администратором, а затем и вовсе выкупил ресторан и переименовал его как Haus Hiltl. С новым владельцем заведение Haus Hiltl никогда не переставало быть новаторским. В 1931 году он стал первым рестораном в Цюрихе, в котором была полностью электрическая кухня. (<https://theculturetrip.com/europe/switzerland/articles/the-story-of-haus-hiltl-the-worlds-first-vegetarian-restaurant>)

А в России первое вегетарианское общество возникло в 1860 году в Санкт-Петербурге. Позднее главным популяризатором идеи стал Лев Толстой, который способствовал изданию соответствующего журнала и открытию вегетарианских трактиров. Может быть именно поэтому Санкт-Петербург является одним из городов России, в котором вегетарианских заведений большее количество.

В современности появляются новые тренды связанные и вегетарианской кухней. Так, например, появились различия в понятиях вегетарианская и веганская кухня.

Вегетарианская кухня исключает из рациона мясо, рыбу и морепродукты, но допускает употребление продуктов животного происхождения, таких как яйца, молочные продукты и мёд. Существует несколько разновидностей вегетарианства: лакто-вегетарианство (с молочными продуктами), ово-вегетарианство (с яйцами) и лакто-ово-вегетарианство (с яйцами и молочными продуктами). Такая гибкость позволяет сохранять разнообразие вкусов и текстур в блюдах, а также обеспечивает поступление важных питательных веществ, которые веганы получают из растительных источников или добавок.

Веганская кухня, напротив, является более строгой и исключает все продукты животного происхождения. Веганы не употребляют мясо, рыбу, морепродукты, яйца, молочные продукты и мёд. Основу рациона составляют овощи, фрукты, злаки, бобовые, орехи и семена. Помимо питания, веганство часто сопровождается этическими и экологическими убеждениями, направленными на минимизацию вреда животным и окружающей среде.

Современные тренды и изменения в потребительском поведении:

В последние десятилетия наблюдается бурный рост интереса к растительному питанию, что связано с повышением осведомленности о влиянии мясной промышленности на экологию и здоровье. Бум веганства, получивший распространение с 2010-х годов, привел к появлению множества ресторанов, кафе и фудтраков, предлагающих вегетарианские и веганские блюда. Потребители все чаще ищут рестораны, которые могут удовлетворить их запросы по этическим и экологическим принципам.

Тема изменения климата и защиты прав животных оказывает значительное влияние на поведение потребителей. Люди все больше осознают, что переход на растительное питание может стать важным шагом для снижения углеродного следа и помощи в защите экосистем.

Согласно исследованиям, рынок растительного питания продолжает показывать рост на фоне увеличивающегося спроса. В 2020 году его объем в мире оценивался в 10 миллиардов долларов, и, по прогнозам, к 2027 году он вырастет до более чем 20 миллиардов долларов (Согласно исследованиям Research Nester, Meticulous Research).

Значительный рост наблюдается не только в количестве новых ресторанов, но и в увеличении их выручки. Примером тому является быстро развивающаяся сеть ресторанов, таких как "Impossible Foods" и "Beyond Meat", которые уже сделали свои продукты доступными в крупных ресторанах и сетях фаст-фуда.

Основные страны и регионы с высокой популярностью:

Северная Америка и Европа являются лидерами по числу веганских и вегетарианских ресторанов. Великобритания, Германия, США и Канада — это ключевые рынки с высокими темпами роста.

Регион\Страна

Количество ресторанов

Примечания

США

31 405

Среднегодовой рост 3,0 с 2018 по 2023 год.

Канада

Точные данные отсутствуют

В 2024 году в Канаде 2,3 млн вегетарианцев, включая 850 000 веганов.

Великобритания

Точные данные отсутствуют

В 2018 году было около 600 000 веганов, рост на 300 по сравнению с 2014 годом.

Германия

393(веганских ресторанов)

Рост в 3,5 раза с 2014 года.

В последние годы наблюдается рост интереса к растительному питанию и в Азии, особенно в таких странах, как Индия и Китай, где традиционно присутствуют элементы вегетарианской кухни.

Доля вегетарианцев в населении

Рост рынка растительных продуктов

Количество веганских\вегетарианских ресторанов (2018-2024)

Средний годовой рост потребления растительного белка

Популярность растительных альтернатив мясу

Количество новых стартапов в растительном питании(2019-2024)

Уровень осведомленности о веганстве

Индия

~30-40%

15-20% ежегодно

Увеличение на 50-70%

10-15%

Высокая(особенно соевые продукты)

Более 200

~50-60% населения

Китай

~5-10%

20-25% ежегодно

Увеличение 60-80%

15-20%

Быстро растущая(соевые, гороховые)

Более 300

~40-50% населения

А как же обстоят дела в России? На сегодняшний момент данная среда имеет популярность и развитие только в крупных городах, таких как Москва и Санкт-Петербург. Неужели не стоит открывать что-то подобное в маленьких городах? Стоит. Смотря на социальные сети именно российских жителей, мы наблюдаем, что тренд на здоровое питание укоренился в сознании россиян. Многие блогеры активно внедряют в свою жизнь именно такой тип питания, активно его изучают и вселяют в головы подписчиков и зрителей. (Ольга Малышева, Светлана Бронникова, Анна Цуканова-Котт, Елена Мотова и многие другие) . Таким образом, спрос появляется там, где есть интерес, а в России он есть. И не забываем, что первый вегетарианский ресторан появился в стране, в которой исторически не заложена предрасположенность к веганству.

А теперь давайте рассмотрим структуру затрат для прибыльного веганского или вегетарианского ресторана:

1. Себестоимость продуктов и ингредиентов

Для прибыльного ресторана себестоимость продуктов должна составлять 25-35% от выручки. В случае с веганскими и вегетарианскими ресторанами, учитывая использование специализированных продуктов (например, заменители мяса, растительные сыры и экзотические ингредиенты), себестоимость может быть немного выше, чем в традиционном ресторане.

Себестоимость продуктов и ингредиентов — 30% от выручки

2. Аренда и инфраструктура

Затраты на аренду и содержание ресторана могут варьироваться в зависимости от местоположения и размера заведения. Для прибыльного ресторана арендные и инфраструктурные расходы обычно составляют 10-15% от выручки. В случае с веганским рестораном, если оно расположено в центральном районе города, где аренда может быть дорогой, этот процент может быть ближе к верхней границе.

3. Заработная плата и обучение персонала

Для эффективной работы ресторана важным элементом является оплата труда. В ресторане с хорошей рентабельностью затраты на заработную плату и обучение персонала должны

составлять примерно 25-35% от выручки.

4. Маркетинг и реклама

Маркетинг — это важный аспект для привлечения новых клиентов, особенно для ресторанов с узкой специализацией, таких как веганские и вегетарианские заведения. Обычно затраты на маркетинг составляют 5-10% от выручки. (Restaurant Marketing Budget (2025 Free Guide + Template))

5. Специальные требования к продуктам

Веганские и вегетарианские рестораны часто сталкиваются с необходимостью соблюдать дополнительные стандарты качества продуктов, такие как сертификация для органических или веганских продуктов, а также проверка поставок на соответствие экологическим требованиям.

Сертификация, контроль качества — 2% от выручки.

Конкурентные стратегии:

В условиях роста конкуренции веганские и вегетарианские рестораны часто используют стратегии, такие как создание уникального меню, участие в социальных и экологических проектах или предложения сезонных акций для привлечения новых клиентов.

Влияние экологических и этических факторов на экономику

Снижение затрат за счет использования местных и сезонных продуктов. Многие рестораны стремятся минимизировать свои затраты, используя местные и сезонные продукты. Это помогает не только снизить издержки на транспортировку, но и повысить привлекательность заведения для экосознательных клиентов.

Влияние на репутацию и привлечение клиентов

В условиях растущего интереса к экологическим и этическим вопросам рестораны, придерживающиеся принципов устойчивости и этического потребления, могут создавать положительный имидж, что способствует привлечению клиентов и повышению лояльности.

Влияние на устойчивость бизнеса

Этические практики, такие как использование экологичных упаковок и сокращение пищевых отходов, могут повысить устойчивость бизнеса и помочь привлечь инвестиции от фондов, ориентированных на устойчивое развитие.

Кейсы успешных бизнесов

Примеры известных веганских и вегетарианских ресторанов

Среди успешных примеров можно выделить сети, такие как "Sweetgreen" и "The Butcher's Daughter". Эти рестораны показали, что веганский и вегетарианский бизнес может быть не только прибыльным, но и социально ответственным.

Проведем анализ экономической модели и ключевых факторов успеха сетей "Sweetgreen" и "The Butcher's Daughter":

1. Sweetgreen

Экономическая модель:

Sweetgreen — это сеть ресторанов быстрого питания, специализирующаяся на салатах и здоровом питании. Она использует бизнес-модель, основанную на принципах:

Быстрое обслуживание (fast casual): Sweetgreen не является традиционным рестораном быстрого питания, но и не входит в категорию премиум-ресторанов. Это заведения, которые предлагают качественную еду, но с акцентом на скорость и доступность.

Местные и органические ингредиенты: Sweetgreen строит свой бренд вокруг идеи устойчивого потребления и использования местных, органических продуктов. Это позволяет привлекать клиентов, ориентированных на здоровое питание и заботу об экологии.

Цифровизация: Важной частью стратегии Sweetgreen является приложение, через которое можно сделать заказ, выбрать ингредиенты, а также воспользоваться системой лояльности. Эта цифровизация повышает удобство для клиентов и ускоряет процесс обслуживания.

Ключевые факторы успеха:

Позиционирование на рынке: Sweetgreen четко ориентирован на целевую аудиторию, которая заинтересована в здоровом питании и устойчивом потреблении. Они делают акцент на свежих и натуральных ингредиентах.

Инновации и технологии: Компания активно использует технологии, такие как мобильные приложения для заказов, удобные платежные системы и анализ данных для оптимизации бизнес-процессов.

Партнерства с местными фермами: Это не только помогает обеспечивать свежесть продуктов, но и поддерживает локальную экономику, что важно для их клиентов.

Устойчивость: Sweetgreen активно строит свою репутацию как компании, которая заботится об окружающей среде. Это привлекает эко-сознательных клиентов.

2. The Butcher's Daughter

Экономическая модель:

The Butcher's Daughter — это более нишевый ресторан, ориентированный на здоровое питание, с акцентом на растительную диету. Она также использует концепцию "экологической и этичной еды", но при этом подходит с несколько другой стороны:

Целевая аудитория: В отличие от Sweetgreen, которая ориентируется на массового потребителя, The Butcher's Daughter привлекает более узкую аудиторию, включая веганов, вегетарианцев и людей, которые стремятся к высококачественной и экологически чистой пище.

Премиум-услуги: Это заведения с более высокой ценовой категорией, что подразумевает не только более качественные продукты, но и более эксклюзивную атмосферу. The Butcher's Daughter использует элементы кафе и ресторана, создавая уникальный опыт для своих клиентов.

Дизайн и атмосфера: Важной частью их успеха является не только еда, но и сама атмосфера. Эти рестораны создают стильный и уютный интерьер, что позволяет посетителям наслаждаться не только качественной едой, но и уникальной обстановкой.

Ключевые факторы успеха:

Сегментация рынка: The Butcher's Daughter успешно обслуживает растущий рынок веганской и вегетарианской пищи, при этом акцентируя внимание на премиум-классе.

Индивидуальный подход к продуктам: Компания активно экспериментирует с рецептурами, создавая уникальные блюда, которые не только привлекают клиентов, но и устанавливают ресторан как трендового лидера.

Дизайн и атмосфера: Уникальный стиль интерьера и "инстаграммные" локации способствуют

повышенному интересу и органичному маркетингу.

Экологический подход: Как и Sweetgreen, The Butcher's Daughter делает акцент на экологичности, что помогает привлечь аудиторию, которая ценит устойчивые практики.

Sweetgreen

The Butcher's Daughter

Тип заведения

Fast casual (здоровое быстрое питание)

Премиум-кафе/ресторан

Целевая аудитория

Массовая аудитория, фокус на здоровом образе жизни

Узкий сегмент: веганы, вегетарианцы, ценители этичной и экологичной кухни

Бизнес-модель

Быстрое обслуживание + местные/органические продукты + цифровизация

Премиум-сервис + уникальная атмосфера + экологичность

Ценовая категория

Средняя

Выше средней (премиум)

Маркетинговый бюджет (оценка)

5-8% от выручки

8-10% от выручки

Ключевые каналы маркетинга

Мобильное приложение, программа лояльности, партнерства, SMM

Дизайн, "инстаграммные" локации, сарафанное радио, SMM

Цифровизация

Высокая: мобильное приложение, аналитика, онлайн-заказы

Средняя: акцент на визуальный маркетинг и соцсети

Поставки и логистика

Местные фермы, органика, снижение затрат на логистику

Местные поставщики, премиальные продукты

Устойчивость

Высокая: экологичная упаковка, анти-отходные инициативы

Высокая: органика, zero-waste подходы, экологический имидж

Дизайн и атмосфера

Современно-минималистичный, но функциональный

Арт-дизайн, уют, эстетика "инстаграммности"

Доход (оценка)

\$470 млн (2023, публичная компания, данные SEC)

Доход не раскрыт, но значительно меньше, нишевый формат

Число локаций

200+ в США

~5 (Нью-Йорк, Лос-Анджелес и др.)

Ключевые факторы успеха

Масштабируемость, технологии, локальные продукты, узнаваемый бренд

Премиум-опыт, уникальность, атмосферность, трендовость

Заключение:

Экономика веганских и вегетарианских ресторанов переживает активное развитие и преобразование. Это происходит из-за большей осведомленности людей о здоровье и экологии. В последние годы мы наблюдаем активный тренд на plant-based меню, что является активным помощником в развитии данной культуры питания.

Несмотря на высокие инвестиции для открытия такого заведения, высокую себестоимость продуктов и другие аспекты, веганские и вегетарианские рестораны в долгосрочной перспективе имеют высокую рентабельность. А ключевую роль в успешном развитии сыграют: качественные продукты, уникальное и разнообразное меню, успешная маркетинговая политика, экологическая ответственность, а также умение подстраиваться под изменения на рынке потребительских предпочтений.

В будущем, учитывая высокий рост числа людей, заинтересованных в растительном питании и экологических продуктах, сектор веганских и вегетарианских ресторанов продолжит расширяться. Он обещает стать не только устойчивым, но и успешным вариантом для бизнеса.

Список литературы:

1. Иванов Д. В., Смирнова Е. А. Особенности ценообразования в сегменте здорового питания // Маркетинг и бизнес. — 2022. — Т. 10, №3. — С. 15-21.
2. Силова Н. С., Петрова А. В. Экология и питание: влияние животноводства на окружающую среду // Экологический журнал. — 2021. — №4. — С. 45-53.
3. Тренды в ресторанном бизнесе 2023 // Ресторатор. — 2023. — Вып. 12. — С. 22-29.
4. Электронный ресурс <https://theculturetrip.com/europe/switzerland/articles/the-story-of-haus-hiltl-the-worlds-first-vegetarian-restaurant>

5. Электронный ресурс <https://www.openbusiness.ru/biz/business/svoy-biznes-vegetarianskoe-kafe/>

6. Электронный ресурс <https://www.researchnester.com/>