vinetur

AECOC के सर्वे में 60% स्पेनियों ने कहा, बार और रेस्तरां जाना स्थिर या बढ़ा है

सर्वे में 77% लोगों ने हर बार बाहर जाने पर उतना ही या अधिक खर्च करने की बात कही ; सतर्क मांग के बावजूद ऊंची कीमतें बिल बढ़ा रही हैं

शुक्रवार, 13 नवंबर 2026



स्पेन के आतिथ्य क्षेत्र में मांग स्थिर बनी हुई है, लेकिन बार और रेस्तरां जाने वालों की संख्या में स्पष्ट उछाल नहीं दिख रहा है। गुरुवार, 12 नवंबर को जारी AECOC के एक सर्वेक्षण के मुताबिक, जिसकी खबर EFEAgro ने दी, 60% उपभोक्ताओं का कहना है कि वे 2025 की तुलना में बार और रेस्तरां में उतनी ही बार या उससे अधिक जाते हैं, जबकि 77% का कहना है कि हर बार जाने पर वे उतना ही या उससे अधिक खर्च करते हैं। रेस्तरां और बार के लिए यह अंतर अहम है : अधिक खर्च का मतलब अपने आप ग्राहकों की आवाजाही बढ़ना नहीं है।

ये आंकड़े घर से बाहर खानपान पर AECOC के बैरोमीटर के नए संस्करण से आए हैं, जिसे Horeca Day: Perspectivas 2027 कार्यक्रम में पेश किया गया। अध्ययन के मुताबिक, 2026 में बाजार कुल मिलाकर स्थिर है, लेकिन ग्राहक अपने खर्च के बदले मिलने वाली चीजों पर अधिक ध्यान दे रहे हैं। AECOC ने कहा कि उपभोक्ता हर बार बाहर जाने पर अधिक

सोच-समझकर चुनाव कर रहे हैं और पैसे के मूल्य को ज्यादा अहमियत दे रहे हैं। इससे संकेत मिलता है कि कारोबार आवृत्ति में उतनी ही बढ़ोतरी के बिना भी बिक्री बनाए रख सकते हैं।

AECOC की बाजार अनुसंधान प्रबंधक Marta Munné ने कहा कि खर्च में हुई बढ़ोतरी का एक हिस्सा ऊंची कीमतों से जुड़ा है। उनके मुताबिक, मनोरंजन और बाहर खानपान की लागत बढ़ने से खर्च की रकम बढ़ी है, हालांकि अध्ययन में यह भी सामने आया कि 10% उपभोक्ता अधिक प्रीमियम विकल्प चुन रहे हैं। इससे बाजार में एक साथ काम कर रही दो ताकतों का संकेत मिलता है : महंगाई बिल बढ़ा रही है और ग्राहकों का एक छोटा समूह बेहतर विकल्पों पर खर्च कर रहा है।

सर्वेक्षण में यह भी देखा गया कि कुछ उपभोक्ता अधिक बार बाहर क्यों जा रहे हैं। जिन लोगों ने अपनी यात्राओं की संख्या बढ़ाई, उनके मुख्य कारण खाली समय का आनंद लेने की बढ़ी इच्छा, मनोरंजन के लिए उपलब्ध अधिक आय और दोस्तों तथा परिवार के साथ ज्यादा समय बिताने की चाह थे। इसके उलट, बाहर जाना कम करने वालों ने मुख्य रूप से आर्थिक कारणों और बजट पर नियंत्रण रखने की जरूरत का हवाला दिया। यह निष्कर्ष इस क्षेत्र के लिए अहम है, क्योंकि इससे पता चलता है कि आंकड़े स्थिर दिखने के बावजूद मांग अब भी परिवारों की वित्तीय स्थिति से प्रभावित हो सकती है।

आतिथ्य कारोबारियों के लिए अध्ययन से संकेत मिलता है कि दबाव केवल कीमतों पर ही नहीं, बल्कि सेवा के स्वरूप और सुविधाओं पर भी है। Munné ने कहा कि उपभोक्ता सिर्फ भोजन को नहीं परख रहे हैं। वे यह भी देख रहे हैं कि कोई जगह उनकी जरूरत के मुताबिक है या नहीं—चाहे वह दूर से काम करने, बच्चों या पालतू जानवरों से जुड़ी जरूरत हो। उनका कहना था कि ग्राहकों को बनाए रखने और उन्हें अलग-अलग मौकों पर आकर्षित करने के लिए किसी एक स्थल को दिन या सप्ताह के अलग-अलग समय पर अलग तरह से काम करना पड़ सकता है।

सेवा से जुड़ी पसंद के आंकड़े बताते हैं कि पारंपरिक सेवा अब भी मायने रखती है। AECOC के मुताबिक, 85% उपभोक्ता अधिक इंतजार करना पड़े तब भी मेज पर सेवा पसंद करते हैं और 70% डिजिटल साधनों के बजाय किसी व्यक्ति से सेवा लेना चाहते हैं। युवा उपभोक्ताओं में यह रुझान कमजोर है। AECOC ने बताया कि 30 वर्ष से कम उम्र के लोगों में सिर्फ 46% मानवीय सेवा को अधिक महत्व देते हैं। इससे संकेत मिलता है कि कुछ डिजिटल सुविधाएं उम्रदराज़ ग्राहकों की तुलना में इस समूह को अधिक स्वीकार्य हो सकती हैं।

उसी कार्यक्रम में पेश किए गए कारोबारी भरोसे के आंकड़े, सर्वेक्षण में दिखी उपभोक्ताओं की सतर्कता के मुकाबले अधिक आशावादी तस्वीर पेश करते हैं। AECOC के खाद्य सेवा संबंधी शोध के मुताबिक, अध्ययन में शामिल 80% कंपनियों को 2027 में वृद्धि की उम्मीद है। इस समूह में 44% अधिकारियों ने कहा कि ब्रांडेड रेस्तरां चेन सबसे अधिक वृद्धि वाला क्षेत्र होंगी। फिर भी, 2026 में कारोबार की स्थिति मिली-जुली दिख रही है। AECOC ने कहा कि इस वर्ष 10 में से आठ कंपनियों की बिक्री बढ़ी, लेकिन सिर्फ 10% ने अपने लक्ष्य से बेहतर प्रदर्शन किया। वहीं, 41% ने लक्ष्य हासिल किए और 49% ने कहा कि वे अपने तय उद्देश्यों से पीछे रहे।

बिक्री बढ़ने और लक्ष्य पूरे न होने के बीच का यह अंतर बताता है कि केवल राजस्व में बढ़ोतरी से पूरी तस्वीर सामने नहीं आती। कंपनियां अधिक बिक्री तो कर रही होंगी, लेकिन यह हमेशा ऊंचे मानकों, लागत के दबाव या उम्मीद से कमजोर ग्राहक आवाजाही की भरपाई के लिए पर्याप्त नहीं होता। इससे यह भी समझ आता है कि कई कारोबारी केवल विस्तार के बजाय उत्पादकता, मेन्यू की रणनीति और ग्राहकों को बनाए रखने पर ध्यान दे सकते हैं।

खर्च के कुल आंकड़ों से मिलने वाले संकेतों के मुकाबले, अधिकारी उपभोक्ताओं की संभावनाओं को लेकर अधिक सतर्क दिखाई देते हैं। 2027 के पूर्वानुमान के बारे में AECOC के सर्वेक्षण में शामिल 40% अधिकारियों ने कहा कि उपभोक्ता अधिक सावधानी बरतेंगे और वित्तीय सुरक्षा को ज्यादा महत्व देंगे। सिर्फ 13% ने कहा कि फुर्सत और आनंद मुख्य प्राथमिकता होंगे। यह राय सर्वेक्षण के उन जवाबों से मेल खाती है जिनमें घर से बाहर जाने में कटौती का मुख्य कारण बजट पर नियंत्रण बताया गया।

कार्यक्रम में पेश किए गए अलग आंकड़ों से यह भी पता चला कि मांग को आकार देने में कौन अहम भूमिका निभाएगा। Foodservice España के मुताबिक, 2026 में स्पेन की आबादी में विदेशी निवासियों की हिस्सेदारी 20% है और 2040 तक यह 30% हो सकती है। समूह की निदेशक Cristina García Fuente ने कहा कि उद्योग को अप्रवासी उपभोक्ताओं को बेहतर ढंग से समझने की जरूरत है, जिनकी औसत उम्र स्पेन की आबादी से कम है। उन्होंने यह भी कहा कि खर्च करने की क्षमता कम होने के बावजूद विदेशी निवासी भोजन के बीच अधिक सेवन करते हैं—स्पेनियों की तुलना में 3 प्रतिशत अंक तक अधिक।

पर्यटन क्षेत्र ने भी मांग में ऐसे बदलाव की ओर इशारा किया जो आतिथ्य कारोबार की बिक्री को सहारा दे सकता है, हालांकि जरूरी नहीं कि इससे लाभ मार्जिन भी बढ़े। उसी मंच पर Exceltur के उपाध्यक्ष Óscar Perelli ने कहा कि मध्य पूर्व के संकट से स्पेन को पर्यटकों की संख्या के लिहाज से फायदा हुआ है, क्योंकि कई यात्री उन जगहों को चुन रहे हैं जिन्हें वे अधिक सुरक्षित मानते हैं। उन्होंने कहा कि यह बढ़त शुद्ध आर्थिक वृद्धि के बजाय आगंतुकों की संख्या में अधिक साफ दिखती है, क्योंकि ऊर्जा की ऊंची लागत परिवहन पर भी दबाव डाल रही है—विशेषकर एयरलाइंस पर, जो पर्यटन की आवाजाही के लिए अहम हैं।