ТЕЗИ

IV Міжнародної науково-практичної конференції

«СУЧАСНІ ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ»

09-10 листопада 2023 року
м. Житомир

Міністерство освіти і науки України
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
Національна академія наук вищої освіти України
Академія економічних наук України
Департамент агропромислового розвитку та економічної політики Житомирської обласної військової адміністрації
Управління культури та туризму Житомирської обласної військової адміністрації
Київський національний університет імені Тараса Шевченка Запорізький національний університет
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
ННЦ «Інститут аграрної економіки»
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Національний університет «Чернігівська політехніка»
Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету
Вища школа менеджменту в Лігниці (Республіка Польща)
Технологічний інститут Західної Македонії (Грецька Республіка)
Господарська академія імені Д.А. Ценова (Республіка Болгарія)
Вища школа економічна (Чеська Республіка)
Кіпрський інститут маркетингу (Республіка Кіпр)

ТЕЗИ

IV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ «СУЧАСНІ ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ»

9-10 листопада 2023 року
м. Житомир

УДК 005.9

Друкується за рішенням Вченої ради Державного університету «Житомирська політехніка» (протокол №15 від «05» грудня 2023 р.).

Редакційна колегія: *д.е.н., проф. Віктор ЄВДОКИМОВ*
д.е.н., проф. Оксана ОЛІЙНИК
д.е.н., проф. Галина ТАРАСЮК
д.е.н., проф. Евангелос СІСКОС
д.е.н., проф. Ольга ГАРАФОНОВА
д.е.н., проф. Алла ЧЕРЕП
д.е.н., проф. Тетяна ОСТАПЧУК
д.е.н., проф. Наталія ВИГОВСЬКА
д.е.н., проф. Сергій ЛЕГЕНЧУК
д.е.н., доц. Альона КЛИМЧУК

С90 Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу: тези виступів IV Міжнар. наук.-практ. конф. – Житомир: Житомирська політехніка, 2023. – 442 с.

ISBN 978-966-683-629-1

В даному збірнику представлені матеріали досліджень українських та зарубіжних вчених і науковців, які доповідалися на IV Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу».

За точність викладення матеріалу та достовірність використаних фактів відповідальність несуть автори.

УДК 005.9

ISBN 978-966-683-629-1

© «Житомирська політехніка», 2023

УДК 38.488.2

Постова В.В., канд. екон. наук,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Кав'ярні третьої хвилі як сучасний тренд ресторанного бізнесу

Ціль дослідження – дати загальне розуміння ситуації на ринку і допомогти власникам закладів побудувати свою маркетингову стратегію. Для цього було проаналізовано персоналізовану статистику 1700 традиційних кав'ярень і 300 кав'ярень третьої хвилі в Україні за період з січня по грудень 2022 року компанією Poster.

Один з основних критеріїв відбору кав'ярень третьої хвилі в даному дослідженні – наявність альтернативних способів заварювання кави. Під «альтернативою» мається на увазі альтернатива еспресо і фільтр-каві – кава, заварена вручну (кемекс, аеропрес, сифон, v60 та інші). За даними Pro Consulting, Україна показує один із найвищих темпів росту споживання натуральної зернової кави серед країн Європи. Причому значний ріст спостерігається в сегменті кава поза домом.

Обов'язкові атрибути кав'ярень третьої хвилі, які орієнтуються, в основному, на міленіалів, – це зерна свіжого обсмаження, «альтернативні» способи заварювання, якісне обладнання і професійні бариста. Але головне – це більш усвідомлений підхід до закупки сировини, а також приготуванню кави.

Однак тих, хто відносить себе до кав'ярень третьої хвилі стало так багато, що зрозуміти, що насправді приховується за красивою назвою, непроста задача. Якщо на Заході більшість кав'ярень третьої хвилі використовують найвищий клас кавового зерна – спешелті (specialty), який зберігають не більше місяця, то в Україні таких суворих правил дотримуються не всі. Найбільше програють від цього споживачі, які часто не розуміють взаємозв'язок між ціною і цінністю.

Сучасні вітчизняні кав'ярні насправді наздоганяють те, що було на західних ринках 20–30 років тому. І найшвидший спосіб влитись в реальність зараз – це, наприклад, шалена активність в соцмережах, причому, чим інстаграмніше, тим краще. Але, на жаль, далеко не завжди за цими картинками щось стоїть.

Спешелті-кава – це не просто кава, яка набрала конкретні бали, в першу чергу – це про відношення між фермерами, кав'ярнями та споживачами.

Дуже важливо розуміти у кого, що і чому ти береш. На Заході ці речі настільки відпрацьовані, що стали частиною процесу. А у нас коли копіюють зовнішню форму, можуть не помічати цих моментів, нажаль. Але поки що наш ринок не насичений, все це може ще якийсь час існувати і не впливати на рішення споживача брати чи не брати тут каву.

По зібраній нами анонімній статистиці, американо – як і раніше найпопулярніший напій гостей традиційних кав'ярень. Слідом йдуть лате, капучино й еспресо. П'ятірку кавових напоїв, яким найбільше надають перевагу українці завершують ставші модними флет уайт і раф, однак їх вибирають все ще в 18 разів рідше, ніж американо. В українських кав'ярнях третьої хвилі перевагу віддають лате, капучино, еспресо, фільтр-каві, флет уайту і рафу. У всіх кав'ярнях чай продається в 39 разів гірше, ніж кава. Звісно, якщо він взагалі є в меню.

Кав'ярні третьої хвилі від традиційних легко відрізнити по наявності різних способів заварювання кави. Слово «альтернатива» прижилося в кавовому оточенні, для якого еспресо і напої на його основі вважаються традиційними. В Європі і Америці нашу «альтернативу», в основному, називають hand brew («варити вручну»)

По нашому дослідженню, у 2022 році найпопулярнішою «альтернативою» стало заварювання кави за допомогою воронки харіо V60. Помітно відстали від нього аеропрес і кемекс.

Так, із десяти чашок, заварених цими способами, шість чашок заварені за допомогою харіо V60, дві з половиною – в аеропресі та півтори в кемексі. У порівнянні з 2021 роком в 2022 році продажі харіо V60 виросли на 4%, аеропреса і кемекса упали на 3% і 2% відповідно.

Активний ріст показують продажі колд брю – кави, яку заварюють на холодній воді протягом 12–18 годин. Продажі колд брю в кав'ярнях третьої хвилі виросли на 11% за 2022-й рік, порівняно з 2021-м.

Сьогодні багато кав'ярень третьої хвилі в Україні відмовляються від американо на користь фільтр-кави – напою, приготованого за допомогою електричної фільтр-кавоварки. Це та сама кава, яку із скляного термоса наливають практично в усіх американських фільмах. В США мода на фільтр-кавоварки почалась ще на початку 20-го століття, а у нас цей напій став модним завдяки розвитку спешелті культури.

Фільтр має більше переваг перед американо, який по факту просто разбавлений еспресо. Фільтр можна приготувати в більшому об'ємі за короткий проміжок часу, плюс це більш правильний метод заварювання – в ньому рівномірніше відбувається розчинення кави, що відбивається на смаку. В фільтрі більше кофеїну, а це означає він краще підходить тим, хто шукає спосіб збадьоритись зранку.

60% кав'ярень третьої хвилі продають фільтр-каву (батч-брю), тоді як в традиційних кав'ярнях – фільтр-машина до сих пір велика рідкість. Наприклад в Україні, за рік продажі фільтр-кави в кав'ярнях

третьої хвилі, які також пропонують в кавовій картці і американо, виросли на 7,5%. А в кав'ярнях, які взагалі не готують американо – на 25%.

Багато невеликих кав'ярень часто стартують без фільтр-машини, так як обладнання коштує дорого – близько 300 євро, це ще ціна без урахування кавомолки. Дешевше починати роботу з «альтернативи»: аеропрес, сифон, кемекс і т. д. Вкласти 150–200 євро і отримати більше різноманіття напоїв. Хоча, по факту, фільтр вигідніший – у нього менша собівартість і він може стояти на підігріві, а це означає, що можна відразу віддати замовлення гостю.

Фільтр-кавоварка коштує близько 10 000–13 000 грн, але для мелення зерна потрібна ще і потужна кавомолка, тому що недорога швидко вийде з ладу. А це ще 15 000 грн. Але стандартом вважається Mahlkonig EK43, яка коштує близько 60 000 грн. В свою чергу, для харіо або аеропрес можна купити недорогу кавомолку під невеликий потік. Не всі кав'ярні відразу купують фільтр-машини ще тому, що у людей є якийсь острах, що вони не зможуть реалізувати весь об'єм приготованої фільтр-кави і залишок доведеться виливати. Фільтр-кава може стояти в термосі не більше 3–4 годин».

В Україні, як і раніше, надають перевагу каві з молоком. В традиційних кав'ярнях близько 55% продажів кави займають напої з додаванням молока. В кав'ярнях третьої хвилі цей показник – 43%, частину відтягує на себе безмолочна «альтернатива». В 2022 році безумовним трендом, зв'язаним в багато чому із модою на здоровий спосіб життя, стало рослинне і безлактозное молоко.

В більшості кав'ярень третьої хвилі є хоча б один вид «альтернативного» молока на вибір: соєве, мигдальне, кокосове або рисове. 2022 рік показав бум формату «кава навиніс» або пересувних кав'ярень. Бум в відкритті кави з собою в багато чому пояснюється невеликими стартовими інвестиціями в подібний формат і ростом споживання кавових напоїв.

Однак, популярним подібний формат споживання кави став також в мережевих і незалежних кав'ярнях. Наприклад, в кав'ярнях України з середнім чеком від 50 грн, до 30% від загального числа продажів кави було навиніс. У нас є окрема стаття, де ми детальніше розповіли, що ще впливає на прибуток точок з кави навиніс.

Якщо до початку тренду на кав'ярні третьої хвилі кава майже завжди супроводжувала позиції з меню, то зараз це все частіше єдина позиція в замовленні (за даними системи автоматизації кав'ярень Poster).

В традиційних кав'ярнях в 42% від усіх чеків бариста пробили до кави якийсь супутній товар, в кав'ярнях третьої хвилі всього 17%. Люди йдуть з ресторанів пити якісну каву в кав'ярні третьої хвилі. Така зміна споживацької поведінки вимушує рестораторів переходити на нові стандарти приготування кави та звертати увагу на якість обсмаження і її свіжість.

Довіра до кави українського обсмаження в світі продовжить підвищуватись, однак говорити про якісь значні об'єми для експорту ще дуже рано. Сьогодні в Україні нараховується близько 400 обсмажувачів кави, серед них спешелті-обсмажувачі — це 20–30 компаній. Поставки українського обсмаження на інші ринки зараз все-таки із розряду утопії, тому що дрібний бізнес ще не вміє працювати з експортом через важкі схеми і процеси на рівні законодавства і логістики.

Ще один тренд цього року — ріст довіри до кави в місцевому обсмаженні і збільшення кількості локальних обсмажників. Ростерів для обсмаження кави продається все більше і більше. Це означає, що свіжого обсмаження в наступному році кількісно точно буде більше.

Отже, за прогнозами ринку в 2024 році бум кав'ярень трохи притихне через високу конкуренцію, яка змусить піти з ринку неефективних гравців. В поточному році кавовий ринок просто стабілізується. Кав'ярні «третьої хвилі» займуть свою особливу, але доволі вузьку нішу.

Нажаль, на сучасному ринку хоч і є місце під такі кав'ярні, але все-таки воно обмежено. І, якщо вони і далі будуть відкриватись в такому темпі, то неминуче передушать один одного. А на виході «кавовий ексклюзив» залишиться на ринку в тому об'ємі, який цей ринок потягне. Тобто, в дуже невеликому. А ось за дешевими кав'ярнями – майбутнє. Адже все залежить від нинішньої економічної ситуації і грошей в гаманцях українців. На наш погляд, час «преміальної» кави в нашій країні ще, все-таки, не прийшов.

Список використаних джерел та літератури:

1. Воронюк Т. А. Корпоративна соціальна відповідальність кавового бізнесу як складник його конкурентоспроможності (на прикладі корпорації Starbucks). *Інтелект XXI.* 2018. Випуск 5. С.122-126.

2. Постова В.В. Особливості формування та реалізації конкурентних переваг закладів ресторанного господарства в сучасних ринкових умовах. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Серія: Економіка. 2021. Т.8. №1. С.58-67.

Горшкова Л.О. Національні екокультурні традиції як концепція розвитку закладів ресторанного господарства 365
Горшкова Л.О., Георгієвська А.М. Державне регулювання в галузі туризму 366
Григорук І.О. Зимовий туризм: досвід країн ЄС 369
Гунько Д.В. Ярмолюк Д.І. Освітній туризм 372
Дроботько К.О., Климчук А.О. Післявоєнне відновлення туризму в Україні 373
Дубовенко Н.О., Ярмолюк Д.І. Розвиток велосипедного туризму в Україні 374
Іващенко А.В. Кластерні ініціативи активізації зеленого туризму 375
Іщенко І.Ю. Гастрономічний туризм: інноваційні концепції та напрями розвитку 377
Климчук А.О. Зелений туризм як фактор диверсифікації територіального розвитку 378
Климчук А.О. Тенденції розвитку індустрії гостинності в Україні в період воєнного стану 380
Клиновий Д.В., Петровська І.О. Природно-ресурсні активи як чинник розвитку індустрії гостинності регіону 382
Кондратенко Р.С., Ярмолюк Д.І. Теоретичні аспекти дослідження молодіжного туризму 384
Костьов'ят А.П., Чагайда А.О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні 385
Котерняк Г.О., Ярмолюк Д.І. Діловий туризм та його особливості 386
Кравчук Н.І. Виклики та можливості розвитку зрівноваженого туризму в сучасних умовах 387
Кучерук Д.Ю., Ярмолюк Д.І. Становлення та розвиток спортивного туризму 389
Кушнір Л.С. Проблематика впровадження концепції сталого розвитку у готельно-ресторанній індустрії 390
Левицька І.В. Стратегічні перспективи розвитку сільського зеленого туризму 392
Логвин М.М., Логвин Д. М. Організація національно-патріотичного виховання молоді в системі туризму 394
Любченко В.В. «Хегевальд»: реалії та перспективи 396
Майстренко В.О. Історія розвитку сфери гостинності в Україні 398
Мельник В.В., Чагайда А.О. Еко-інновації в індустрії гостинності 400
Муляр Л.С., Ярмолюк Д.І. Перспективи розвитку сільського туризму 401
Новіцька С.О., Чагайда А.О. Вплив виноробства на розвиток індустрії гостинності 402
Осадчук А.М., Чагайда А.О. Зростання кількості ультраобробленої їжі в раціоні харчування людини 403
Осипчук М.О., Ярмолюк Д.І. Перспективи розвитку екстремального туризму в Україні 404
Панасюк Д.С., Ярмолюк Д.І. Реалії вітчизняного туризму в умовах війни 405
Пархомчук А.А., Ярмолюк Д.І. Активний туризм в Україні 407
Петренко Д.П., Ярмолюк Д.І. Зелений туризм в Україні 408
Пікуль Є.О., Чагайда А.О. Тенденції розвитку крафтового пивоваріння 409
Плєшко Т.Т., Ярмолюк Д.І. Культура мови в готельному бізнесі 410
Подік Т.Ф., Ярмолюк Д.І. Гірський похід, як актуальний туристичний маршрут 411
Постова В.В. Кав'ярні третьої хвилі як сучасний тренд ресторанного бізнесу 412
Приболовець О.О., Чагайда А.О. Вплив глемпінгу на розвиток екотуризму в Україні 414
Присяжнюк С.О., Тарасюк Г.М. Дослідження впливу кави на організм людини 415
Стоцька Н.В. Готелі: складова інфраструктури туристичної діяльності 416
Стужук О.О., Іващенко А.В. Особливості функціонування гірськолижних курортів Карпатського регіону 418
Федорчук В.В, Ярмолюк Д.І. Діловий туризм: сутність, проблеми, перспективи 420
Ходоровська М.С., Ярмолюк Д.І. Розвиток сирного туризму (на прикладі Закарпатської області) 421
Хорєв О.В., Ярмолюк Д.І. Вплив соціальних мереж на індустрію гостинності 422
Чебикіна В.В., Чагайда А.О. Особливості засвоєння синтезованих вітамінів в організмі людини 423
Чепель А.В. Стан та можливості сільського зеленого туризму в Україні 424
Шкабара М.О., Ярмолюк Д.І. Культурний туризм як аспект сучасного суспільства 426

Наукове видання

Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу
тези IV Міжнародної науково-практичної конференції

Відповідальний за випуск: к.е.н., доц. О.П. Пащенко

Комп’ютерний набір та верстка: к.е.н., доц. О.П. Пащенко

Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори

Редакційна колегія може не поділяти думок авторів