

Тетяна Анатоліївна ВОРОНЮК

аспірант кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Чернівецький національний університет Імені Юрія Федьковича
E-mail: t.a.voronyuk@gmail.com

**КАВ'ЯРНЯ ЯК РІЗНОВИД СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА**

Воронюк, Т. А. Кав'ярня як різновид спеціалізованих закладів ресторанного господарства [Текст] / Тетяна Анатоліївна Воронюк // Український журнал прикладної економіки. – 2018. – Том 3. – № 4. – С. 310–316. – ISSN 2415-8453.

Анотація

Вступ. Стаття присвячена дослідженню поняття «кав'ярня» як різновиду спеціалізованих закладів ресторанного господарства в розрізі сьогодення. В роботі визначено місце кав'ярень з загальної структури ресторанного господарства. Модифіковано визначення «кав'ярня» та розроблено класифікацію закладів даного виду. Описано особливості явища кав'ярень «третьої хвилі» й обґрунтовано перспективність даної сфери господарювання. **Метою статті** є визначення місця та ролі кав'ярень в загальній структурі ресторанного господарства.

Результати. Досліджено, що кав'ярні займають вагому частку в загальній сукупності закладів ресторанного господарства. Встановлено, що на даному етапі розвитку вітчизняної економіки кав'ярні виступають одним з найдинамічніших напрямів розвитку ресторанного господарства й являються важливою складовою індустрії гостинності в Україні. Визначено, що поширення кавової культури та обізнаності споживачів у даній сфері робить кавовий бізнес перспективним напрямком діяльності для українських підприємців. Визначено, що сьогодні поняття кав'ярні набуває нового значення – це заклад ресторанного господарства, де населенню пропонується широкий асортимент кавових напоїв високої якості, різноманітних сортів кави як традиційних, так і альтернативних методів приготування та повна поінформованість бариста з приводу походження, рівня та свіжості обсмаження кавового зерна, а також тонкощів смаку кожного з варіантів. Запропоновано класифікацію кав'ярень за різними класифікаційними ознаками. Обґрунтовано необхідність для закладів даного типу концентрувати увагу не тільки на поточних проблемах, а й розробляти довгострокову стратегію для подальшого розвитку.

Висновки. Кав'ярні сьогодні – це заклади ресторанного господарства, де кава являється особливим продуктом і готується на якісно новому рівні з індивідуальним підходом до кожного клієнта. Заклади, що позиціонують себе як кав'ярні – стають невід'ємною частиною індустрії гостинності та потребують подальших наукових досліджень з приводу утримання конкурентних позицій на довгострокову перспективу.

Ключові слова: ресторанне господарство, ресторан, кав'ярня, види кав'ярень, ринок кави.

COFFEE SHOP AS A SPECIALIZED TYPE OF SPECIALIZED INSTITUTIONS RESTAURANT INDUSTRY

Abstract

Introduction. *The article is devoted to the research of the coffee shop concept as a kind of specialized restaurants in the context of the present. The work defined the place of coffee houses in the general structure of the restaurant industry. The definition of the «coffee shop» has been modified and the classification of this type of establishments has been developed. The peculiarities of the phenomenon of «third wave» coffee houses are described and the prospects of this sphere of management are substantiated.*

Purpose of the article is to determine the place and role of coffee houses in the overall structure of the restaurant industry.

Results. *It has been investigated that coffee shops occupied a significant share in the total set of restaurants. It is established that at this stage of the domestic economy development coffee houses serve as one of the most dynamic directions of the restaurant industry development and are an important component of the hospitality industry in Ukraine. It is determined that the distribution of coffee culture and consumer awareness in this area makes coffee business a promising direction of activity for Ukrainian entrepreneurs. It is determined that today the concept of a «coffee shop» is gaining a new meaning - it is a restaurant, where is offered a wide range of high quality coffee beverages, various types of coffee as traditional as well as alternative methods of cooking and full awareness of the barista on the origin, level and freshness of roasting coffee beans, as well as the intricacies of the taste of each of the options. The classification of coffee houses according to various classification features is proposed. The necessity for this type institutions to be focused not only on current problems, but also to develop a long-term strategy for further development is substantiated.*

Conclusions. *Coffee houses today are institutions of the restaurant industry, where coffee is a special product and is preparing for a qualitatively new level with an individual approach to each client. Establishments that position themselves as coffee houses become an integral part of the hospitality industry and require further research on maintaining competitive positions for the long term.*

Key words: *restaurant industry, restaurant, coffee shop, types of coffee shops, coffee market.*

JEL classification: L 20

Вступ

Гостинність є одним із фундаментальних понять людської цивілізації. Ресторанне господарство являється видом економічної діяльності, який забезпечує реалізацію даної категорії в повсякденному житті. Ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. У всьому цивілізованому світі він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку, за пошук нових і за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Особливе місце у структурі ресторанного господарства сьогодні посідають кав'ярні як заклади кавового ринку, що стрімко розвивається.

Дослідженням розвитку кав'ярень присвячено низку зарубіжних публікацій і ряд вітчизняних, серед яких є роботи таких авторів як: Юдіна Н. В., Гірняк Л. І., Глагола В. А. та інших. Згідно з думками всіх авторів, ринок кав'ярень є досить перспективним і прибутковим бізнесом в Україні. Для розвитку цієї сфери підприємства потребують не

тільки унікальні ідеї бізнесу, але й моніторинг постійних змін на ринку, тобто аналіз змін різних зовнішніх факторів, тенденцій і потреб споживачів. Незважаючи на цікаві доробки авторів, серед публікацій немає чіткого аналізу тенденції розвитку ринку кав'ярень, що унеможлиблює розробку для підприємств цієї галузі довгострокових прогнозів. Також відсутній глибинний аналіз поняття «кав'ярня» за сучасних умов. Це потребує проведення нових досліджень, які дозволять виокремити головні драйвери подальшої роботи українських кав'ярень, що і обумовлює актуальність даного дослідження.

Мета та завдання статті

Метою статті є визначення місця і ролі кав'ярень в загальній структурі ресторанного господарства. У межах досягнення мети виокремлено такі завдання:

- опис місця кав'ярень в загальній структурі ресторанного господарства;
- визначення поняття «кав'ярня» в контексті сьогодення;
- розробка класифікації кав'ярень.

Виклад основного матеріалу дослідження

Ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього. Суб'єкти господарювання здійснюють діяльність у ресторанному господарстві через відповідні заклади.

Заклад ресторанного господарства – це організаційно-структурна одиниця в даній сфері, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє та (або) виготовляє, продає та організує споживання продукції власного виробництва й товарів, може організувати дозвілля споживачів.

Ресторани відіграють важливу роль у житті людини. Крім задоволення фізіологічних потреб у харчуванні, «вихід» у ресторан виконує важливу соціальну функцію. Людині потрібно не лише поїсти, а й реалізувати себе, провести бесіду із цікавими людьми. Ресторани – це одне з небагатьох місць, де працюють усі органи чуття, які генерують загальне почуття задоволення. Смакові, зорові, слухові, тактильні та нюхові відчуття об'єднуються в оцінюванні страв, обслуговуванні й атмосфері ресторану.

Ресторан – заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організуванням відпочинку і дозвілля споживачів.

Згідно ДСТУ 4281:2004 до закладів ресторанного господарства відносять: ресторан, ресторан-бар, кафе, кав'ярня, кафе-бар, кафе-пекарня, чайний салон, кафетерій, закусошна; шинок, бар, нічний клуб, пивна зала, їдальня, буфет, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня, ресторан за спеціальними замовленнями.

Отож, розглянемо детальніше поняття кав'ярні як спеціалізованого закладу ресторанного господарства. Згідно визначенням ДСТУ кав'ярня – це різновид кафе з різноманітним асортиментом кави.

В останні роки ринок кав'ярень в Україні постійно розвивається. На українському ринку є близько 4 тисяч закладів формату «кав'ярня». З одного боку, ринок кав'ярень може бути перспективною складовою економіки України. З іншого ж боку, подальший розвиток українського ринку кав'ярень призводить до суттєвого підвищення рівня конкуренції на ньому. Крім того існують різні можливості та ризики в цієї сфері. Розуміння таких показників, як рівень поінформованості споживача, розуміння стану й основних тенденцій цього ринку допомагає кав'ярні виживати та розвиватися у цьому бізнесі.

Кава - один з найстабільніших продуктів на ринку товарів повсякденного попиту. Його споживання характеризується високим рівнем лояльності до бренду: тільки в

крайньому випадку любитель продукту зрадить улюбленій марці і перейде на більш дешевий варіант. Навіть під час кризи частка споживачів, які змінили улюблену каву на дешевшу, була незначною. Щорічно кавовий ринок поповнюється новим капіталом, розмір якого досягає 200-300 млн доларів.

Кав'ярні є одним з прибуткових напрямів бізнесу, але разом з тим дуже конкурентним. Основними споживачами кави в Україні є такі сегменти:

За статтю – чоловіки трохи більше п'ють каву, ніж жінки.

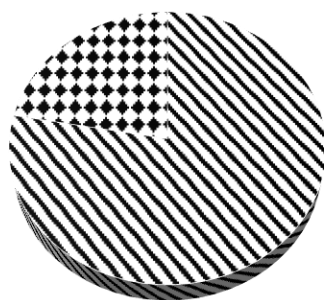
За віком – особи від 14 до 50 років. Частіше каву п'ють люди віком 20-35 років.

За соціальним статусом – частіше каву п'ють студенти, менеджери, підприємці, представники робітничих професій. Менша частка, що п'є каву, – це домогосподарки та пенсіонери.

За доходом – чим вище дохід громадянина, тим вищу ціну він платить за каву.

Попит на каву в Україні є стабільним і практично не змінюється під впливом часу. Однак при цьому з кожним роком спостерігається збільшення перерозподілу попиту споживачів на HoReCa (готелі, ресторани, кафе) з інших сегментів. Разом з цим розвивається культура споживання кави. Це можна пояснити тим, що український ринок кави за останній час досить успішно розвивається.

Всього, за оцінками експертів сьогодні в Україні працює понад 14 тисяч ресторанів, з яких близько 4 тисяч закладів формату «кав'ярня» з додатковим меню (рис. 1). Їхня рентабельність в кризових умовах знаходиться на рівні 14-16 %. У найближчі 2-3 роки ринок мережевих і немережевих кав'ярень і ресторанів може вирости приблизно на 20-30 %.



▣ Інші заклади ресторанного господарства ▣ Кав'ярні

Рис. 1. Кав'ярні в структурі закладів ресторанного господарства в Україні в 2017 році

Дослідники здебільшого на ринку кави України виділяють два основні формати кав'ярень, які є найпопулярнішими:

Традиційна кав'ярня, де в основному асортимент продукції складає каву, чай і десерт. У цих закладах часто надають послуги самообслуговування. Дана послуга полягає в тому, що споживачі самостійно підходять до барної стойки, замовляють собі та самостійно себе обслуговують після отримання замовлення. Являється найзручнішим форматом для споживача.

Інший формат, де в асортименті продукції крім кави та чаю, представлені ще салати, інші страви й алкоголь. У цих закладах обслуговують за більш високі ціни. Споживачами такий формат затребуваний, відповідно кав'ярня буде приносити високий прибуток.

Кав'ярні в основному розвиваються у великих містах. Традиційний тип кав'ярні зустрічається переважно на заході України. Так як на сході України споживачі більш схильні до чайної традиції, тому кав'ярні розвинені слабше. Крім того для досягнення успіху у цьому бізнесі, хороше місце розташування має значний вплив. Успішні кав'ярні

частіше розташовані в жвавих місцях у центрі міста, у торгових центрах або недалеко від метро.

За сучасних умов варто дещо розширити наявну класифікацію кав'ярень та диференціювати ознаки, за якими можна поділяти зазначені заклади на види.

За форматом обслуговування:

- самообслуговування;
- обслуговування офіціантами.

За наявністю посадкових місць:

- «to go»;
- з можливістю розміщення всередині закладу.

За асортиментом:

- продаж тільки різноманітних видів кави;
- наявність додаткового меню напоїв;
- наявність розширеного меню страв.

За форматом розміщення закладу:

- класична кав'ярня;
- кав'ярня на колесах (кавомобіль);
- кав'ярня-острівце в торговельному центрі.

За хвилиною виникнення кав'ярні:

- першої хвили;
- другої хвили;
- третьої хвили.

Доречно розглянути детальніше кав'ярні за хвилиною виникнення (рис. 2).



Рис. 2. Хвили поширення кав'ярень у світі та в Україні

Наразі, до «першої хвили» кавові експерти відносять найперші кав'ярні, що з'явилися у США ще за часів золотої лихоманки. Саме золотошукачі стали головними клієнтами каліфорнійської компанії Folgers, що у своїй бізнес-моделі робила ставку на якість обслуговування й рекламу. Також винаходом часів «першої хвили» стала розчинна кава.

«Друга хвиля» кав'ярень сформувалася завдяки таким американським компаніям як Peet's Coffee & Tea та, звичайно ж, Starbucks. Ці заклади покращили якість напою, змінили технологію обсмажування кавових зерен та популяризували безпосередньо культуру проведення часу у кав'ярнях. Також до другої хвили фахівці відносять масове поширення автоматичних кавових машин для домашнього та комерційного використання.

Глобальне переосмислення кав'ярні як міського публічного закладу та культурного осередку стимулювало появу кав'ярень «третьої хвили». Коли говорять про заклади такого типу, в першу чергу, мають на увазі відношення до кави як до продукту зі своїм обличчям та характером. Йдеться й про максимально індивідуальний підхід до кожного клієнта. Характерним для сучасних кав'ярень є широкий асортимент кавових напоїв і наявність досвідченого бариста, який може з легкістю підібрати необхідні складові напою, з урахуванням побажань клієнта.

Кав'ярні «третьої хвилі» в Україні почали активно відкриватися з 2013 року. Це при тому, що в багатьох країнах Європи кавова культура досі розвинена на рівні другої хвилі. У Франції, Німеччині, Австрії, Нідерландах, Італії та інших країнах Старого Світу комерційна модель просування кави пов'язана з брендами, їхньою історією, традиціями й особливими «таємницями майстерності» купажування кави, що зовсім не пов'язано з прагненням кращого смаку кави, а викликано виробничими обмеженнями та клієнтськими звичками.

Власники закладів третьої хвилі роблять ставку на якісне обсмажування кавових зерен і цим самим змінюють усталені на ринку схеми та встановлюють нові стандарти.

За останній рік в Україні щомісяця відкривається близько півтора десятка нових кав'ярень, більшість із них – тієї ж третьої хвилі. Обов'язковим атрибутом таких кав'ярень є зерна свіжого обсмажування, кілька сортів кави (різновидів дерев і країн походження), можливість купити зерна, а також консультації як їх заварювати. Сьогодні багато ресторанів, які працювали за принципом закладів другої хвилі, переходять на нові стандарти і починають звертати увагу на якість обсмажування кави та її свіжість.

Отже, сьогодні, кав'ярня – це заклад ресторанного господарства, де населенню пропонується широкий асортимент кавових напоїв високої якості, різноманітних сортів кави як традиційних, так і альтернативних методів приготування і повна поінформованість бариста з приводу походження, рівня та свіжості обсмажування кавового зерна, а також тонкощів смаку кожного з варіантів.

Кав'ярні третьої хвилі можна вважати важливою складовою гастро-туризму в Україні. Адже поціновувачами якісної кави розроблено друкований путівник та мобільний додаток «City Coffee Guide» з переліком найкращих закладів даного формату, де зібрано інформацію про близько 500 кав'ярень з усього світу та з кожного обласного центру України українською та англійською мовами.

Для виживання та розвитку кав'ярням необхідно своєчасно реагувати на зміни ринку й відповідно адаптувати свою діяльність, вчасно модифікувати асортимент продукції та послуг, вносити зміни в форму обслуговування, адаптувати збутову мережу, організаційну структуру та інше. За конкурентної ситуації на ринку підприємства не повинні концентрувати увагу тільки поточних проблемах, а й розробляти довгострокову стратегію для подальшого розвитку.

Висновки та перспективи подальших розвідок

На даному етапі розвитку вітчизняної економіки кав'ярні виступають одним з найдинамічніших напрямів розвитку ресторанного господарства та являються важливою складовою індустрії гостинності в Україні. Поширення кавової культури та обізнаності споживачів у даній сфері робить кавовий бізнес перспективним напрямком діяльності для українських підприємців. Сьогодні поняття кав'ярні набуває нового значення – як закладу, де кава являється особливим продуктом і готується на якісно новому рівні з індивідуальним підходом до кожного клієнта.

Даний вид діяльності у зв'язку зі стрімким поширенням потребує подальших наукових досліджень у сфері забезпечення конкурентоспроможності даних закладів й утримання на ринку з урахуванням останніх тенденцій розвитку.

Список літератури

1. City Coffee Guide. URL: <http://citycoffeeguide.com/>.
2. Franchising – портал ідеї для бізнесу. «Огляд ринку кав'ярень». URL: <http://franchising.ua/stattya/1359/oglyad-rinku-kavyaren>
3. Гірняк Л. І., Глагола В. А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та управління підприємствами. 2018. №16. С. 71-76.

-
4. ДНАОП – законодавча база. URL: https://dnaop.com/html/34057/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004.
 5. Економічна правда. «Через 2-3 роки 50 % ресторанів вийдуть в онлайн» URL: <http://www.epravda.com.ua/news/2016/06/6/595148/>.
 6. Coffee consumption on the rise in Europe. URL: <http://one-europe.net/coffee-consumption-on-the-rise-in-europe>
 7. Союз інформ (інформаційно-аналітична агенція). URL: <http://www.souz-inform.com.ua/index.php?language=ukr&menu=article/coffee>.
 8. Стан ринку кави в Україні. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76736>.
 9. Чан Т. С., Юдіна Н. В. Стан розвитку ринку кав'ярень в Україні. Збірник наукових праць КПП імені І. Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління». 2017. №11. С. 3-11.

References

1. City Coffee Guide (2018). Available at: <http://citycoffeeguide.com/>.
2. Franchising - Business Ideas Portal (2018). «Overview of the coffee market». Available at: <http://franchising.ua/stattya/1359/oglyad-rinku-kavyaren/>.
3. Girnyak, L. I. and Glagol, V. A. (2018) «Current situation, prospects and tendencies of restaurant business development in Ukraine», *Ekonomika ta upravlinnya pidpnyemstvamy*, Vol. №16, pp. 71-76.
4. DNAOP (2018). Available at: https://dnaop.com/html/34057/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004.
5. The economic truth (2018). «In 2-3 years, 50 % of restaurants will go online». Available at: <http://www.epravda.com.ua/news/2016/06/6/595148/>
6. One Europe (2018). «Coffee consumption on the rise in Europe». Available at: <http://one-europe.net/coffee-consumption-on-the-rise-in-europe>.
7. Union Inform (information and analytical agency) (2018). Available at: <http://www.souz-inform.com.ua/index.php?language=ukr&menu=article/coffee>.
8. The state of the coffee market in Ukraine. Available at: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76736>.
9. Chan, T. S. and Yudina, N. V. (2017) «The state of the coffee market development in Ukraine», *Zbirnyk naukovykh praz' KPI imeni I. Sikors'kogo «Aktual'ni problem ekonomiky ta menedjmentu»*, Vol. 11, pp. 3-11.

Стаття надійшла до редакції 05.10.2018 р.