

Побігун О.В., Шука Г.П., Макаренко А.Л.

МОЖЛИВОСТІ БІЗНЕСУ СМАРТ КАВ'ЯРНІ ЯК ІННОВАЦІЙНОГО ТРЕНДУ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

В праці розглянуто сучасні тренди розвитку кав'ярень, як зокрема: консолідація ринку; перетворення кавоварень на Food Technologies; екологічний підхід; зростання популярності блендів; використання аромаркетингу; автоматизація процесу обслуговування. Виділено основні переваги вендингу, як одного з видів торгівлі, реалізація товарів в якому здійснюється за допомогою торгових автоматів. Привабливість бізнесу для підприємців-початківців полягає в тому, що в переважній більшості компаній кадровий склад представлений самим власником або мінімумом найманого персоналу. Відзначено, що лідерами європейського ринку є саме смарт кав'ярні, які містять великі формати сенсорних дисплеїв, що дозволяють отримати напій з більшою кількістю інгредієнтів і рецептур, допомагають виправдати його більш високу ціну. Зазначена можливість використання технологій Internet of Things та Big Data для обробки та аналізу великої кількості даних про своїх клієнтів для формування індивідуальних пропозицій.

Ключові слова: тренди, смарт кав'ярні, вендинг, бізнес, ресторанне господарство

Постановка проблеми. Стимулювання розвитку смарт кав'ярень має соціальні та економічні фактори. Війна призвела до значних змін у поведінці споживачів. Люди шукають розраду та емоційну підтримку в простих речах, таких як чашка кави. Попит на каву зростає, адже це доступний спосіб підбадьоритися та покращити настрій. Люди, які вимушені були покинути свої домівки, часто формують нові звички, купуючи каву "на ходу", щоб відчувати звичний ритм життя. Крім того розвиток малого бізнесу стимулює економіку, створюючи нові робочі місця та генеруючи податки. Вкладення в розумні кавоавтомати - це довгострокова інвестиція, яка може приносити стабільний дохід. Розумні кавоавтомати стають все більш доступними за ціною, що робить їх привабливим варіантом для малого бізнесу. Також цей бізнес має додаткові переваги: кавові автомати можна використовувати як платформу для розміщення

реклами, що може приносити додатковий дохід, успішний бізнес можна масштабувати за допомогою франшизи, частину прибутку можна направляти на допомогу постраждалим від війни. Але для того, щоб цей нескладний бізнес був успішним необхідно постійно аналізувати основні тенденції розвитку кавової індустрії та попит споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням ринку кав'ярень присвячено роботи вітчизняних авторів, таких як Т.С. Чан, Н.В. Юдіна [30], Л.І. Гірняк, В.А. Глагола [9], Т.А. Воронюк [7, 8]; функціонування мережевих кав'ярень та факторів їх розвитку розглядає С.С. Гласюк [10]; роль фірмового стилю в естетиці європейських кав'ярень висвітлює Н. Зайончівська [13]; аналіз сучасних напрямів розвитку кав'ярень здійснили Івашина Л.Л., Бишовець Л.Г., Куракін О. Б. [15]; виділили фактори, які сприяють підвищенню натуральної кави в світі та встановлено залежність між збільшенням попиту на каву серед споживачів та зростанням кількості закладів громадського харчування Карнаушенко А.С. [17]. Автори наголошують на зростанні популярності кавової індустрії і на перспективності ведення кавового бізнесу.

Формування цілей статті. На думку авторів, ринок кав'ярень сьогодні є досить перспективним і прибутковим бізнесом в Україні, але для розвитку цієї сфери необхідно не тільки знаходити унікальні ідеї для бізнесу, але й проводити моніторинг постійних змін на ринку та виділяти важливі напрями розвитку. Це і визначило необхідність дослідження можливості використання смарт кав'ярень в кавовому бізнесі. Все це –

©Побігун О.В., к.георг.н., доц., доцент кафедри туризму, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, вул. Карпатська, 15, м. Івано-Франківськ, 76018, e-mail: alenapobigun@gmail.com

Шука Г. П., д. пед.н., професор, професор кафедри географії та туризму, Закарпатський угорський інститут ім. Ф. Ракоці ІІ, м. Берегове, e-mail: galina_shchuka@ukr.net

Макаренко А.Л., аспірант за спеціальністю «Менеджмент», Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, вул. Карпатська, 15, м. Івано-Франківськ, 76018, e-mail: 88makarenko@gmail.com

величезний перспективний ринок. Основною ціллю даного дослідження є запропонувати можливі шляхи розвитку кавового бізнесу смарт кав'ярні як інноваційного тренду розвитку ресторанного господарства.

Опис основного матеріалу дослідження. Згідно з ДСТУ 4281:2004 [14] до закладів ресторанного господарства належать ресторани, ресторани-бари, кафе, кав'ярні, кафе-бари, кафе-пекарні, чайні салони, кафетерії, закуочні; шинки, бари, нічні клуби, пивні зали, їдальні, буфети, фабрично-заготівельні ресторани, фабричні кухні, домашні кухні, ресторани за спеціальним замовленням (кейтеринг). Кав'ярні є одним з найприбутковіших видів бізнесу, але вони також є висококонкурентними.

Попит на каву в Україні є стабільним і залишається практично незмінним протягом тривалого часу. Водночас, з кожним роком зростає перерозподіл споживчого попиту на каву в HoReCa (готелі, ресторани та кафе) з інших сегментів. Паралельно розвивається і культура споживання кави. Це можна пояснити тим, що український ринок кави наразі дуже розвинений. Останніми роками кава, яка наповнила наші мегаполіси та міста незрівнянним ароматом, набула особливого філософського значення, зробивши Київ другим найкращим місцем для відвідування у 2020 році, а Україну – у трійці кращих країн Європи за кількістю відкритих кав'ярень. Експерти компанії «Асканія FMCG» оцінюють обсяг українського ринку кави майже в 7 мільярдів гривень [25].

Популярність кави сприяла стрімкому зростанню HoReCa Coffee, яка створила категорію свіжої кави, змінила стандарти якості та, буквально, створила культ кави та розвинула інфраструктуру. Ще одним ключовим фактором зростання українського ринку кави є безмитний імпорт зелених зерен. Позитивний вплив мало також підписання угод про безкоштовне постачання з великими виробниками В'єтнамом і Бразилією, набуття чинності Угоди про асоціацію з Європейським Союзом щодо стандартизації товарів і послуг. Внутрішнє виробництво формують компанії, які купують каву у фермерів на плантації, обсмажують, фасують, виробляють продукцію без кофеїну та продають її під власним брендом. На більшості ринку домінують великі оператори та франчайзі, а основну частину складають кав'ярні третьої хвилі.

Кількість невеликих операторів, що виходять на ринок, постійно зростає завдяки низьким початковим інвестиціям, відносно швидкому

шляху до споживачів і стабільно високому попиту; за даними AllegraGroup, у 2019 році в Україні відкрилося 225 кав'ярень, що на 16% більше, ніж у 2018 році. Також зростає кількість невеликих обсмажувальних: за даними Pro-Consulting, за перші сім місяців 2019 року споживання кави зросло на 11% порівняно з аналогічним періодом минулого року, а виробництво - на 12,9%. За останні три роки імпорт кави збільшився більш ніж удвічі - до 32 000 тонн (ще 7-9 000 тонн ввозиться контрабандою). Звичайно, конкуренція на ринку жорстка, але в той же час кожна кав'ярня і кожне виробництво піднімає культуру на належний рівень [25].

У глобальному масштабі, якщо розглядати кавовий бізнес у всьому світі, ми бачимо консолідацію ринків і поглинання незалежних операторів великими гравцями. Американська мережа кав'ярень Blue Bottle була придбана компанією Nestlé. Coca-Cola придбала Costa Coffee, найбільшу британську мережу в Європі. Великі компанії виходять на ринок якісної кави, купуючи лідерів сегменту і розвиваючи ці бренди [29].

Кава стала одним із улюблених напоїв українців. Сьогодні ми споживаємо в середньому близько 3 кг кави на рік, і ця цифра з кожним роком зростає. Число прихильників натуральної зернової та свіжомеленої кави зростає, а її частка в загальній масі перевершила розчинну каву і склала близько 58%. При цьому зерна становлять близько 10%, а решта – кавовий порошок. До речі, в історії є цікава тенденція: споживання натуральної кави зростає зі Сходу на Захід – на Сході перевагу віддають розчинним напоям, а на Заході – лише зерновій [25].

Найцікавіший тренд - спеціальна обробка стручкової квасолі. Раніше було лише два варіанти: натуральна та мита. У першому випадку каву сушили як ягоди, а потім мили, а в другому - спочатку мили, а потім сушили як пергамент (тонку оболонку кавового зерна). Сьогодні існує ціла низка нових методів обробки, які еволюціонували з класичних методів. Вони надають кавовим зернам нового смаку та аромату. Спочатку мед (від англійського слова "honey" - "мед") використовували для того, щоб трохи промити каву і висушити її разом з м'якоттю, що залишилася. Але зараз ми бачимо анаеробну ферментацію, вуглеводневу мацерацію, постферментацію кавових зерен у бочках з-під рому чи віскі, ферментацію лактози та багато

інших. Експерименти з кавою набирають обертів [11].

Рослинне молоко і безлактозне молоко стали абсолютним трендом, а меню кав'ярень пропонують дивовижне розмаїття варіантів, включаючи соєве, кокосове, мигдальне, горіхове, вівсяне, рисове і гречане молоко. Ми звикли до мигдалевого та соєвого молока, але на ринку з'являється також рисове і навіть картопляне молоко, яке пропонують європейські компанії.

Індустрія громадського харчування поступово трансформується в харчові технології, і ми бачимо все менше їжі і все більше технологій. Така ж ситуація і з кавою, де рослинне молоко і напої на його основі будуть готуватися в кав'ярнях і користуватимуться все більшим попитом на рівні готових до вживання продуктів (RTD) - це напої, які будуть розливатися в пляшки і з'являтися на полицях автозаправних станцій, супермаркетів та інших місцевих магазинів [29].

Кавова індустрія не залишає поза увагою сучасні екологічні тенденції. Швидкість сучасного життя призвела до появи великої кількості одноразового посуду. Пластикові кришки та соломинки, а також екологічно чисті "паперові" горнятка засмічують навколишнє середовище, а внутрішній шар пластику, що запобігає протіканню, ускладнює природне розкладання та переробку. В Україні з'явився еко-проект, в якому кав'ярні заохочують клієнтів брати напої у власні горнятка [25].

Збирати пластик з океану - це вже сама по собі добра справа, навіть якщо його кількість становить лише кілька тисяч тон. А використання його для виготовлення корисних і тактильних продуктів - це подвійне благо. Адже якщо ми просто витягнемо його з моря і викинемо на звалища на суші, він все одно повернеться в море через роки. Хочеться думати, що творці SLIPPY, ізольованого підсклячника у формі сорочки, мали на увазі ту саму ідею. Вони вже запропонували щонайменше п'ять різних дизайнів сорочок. І найкраще те, що вони повністю придатні для багаторазового використання, але при цьому додають характеру вашому образу.

Компанія Twiise випустила їстівне горнятко, яке можна використовувати для перекусу після чашки кави або чаю, або навіть морозива. У певному сенсі, це схоже на вафельний стаканчик для морозива, але з тією різницею, що цей стаканчик залишається герметичним після наливання гарячого напою і не розмокає протягом часу, необхідного для насолоди ним (і навіть довше). Ця інновація наразі тестується

авіакомпанією Air New Zealand і може зменшити викиди пластикових стаканчиків на 3 мільйони на рік лише в цій країні (враховуючи темпи падіння авіаційної індустрії) [21].

Перед війною у Львові було запущено серію експериментів із тестування екологічних альтернатив одноразовим гурткам для кави на виніс [16]. Ініціативу «Нульовий кубок» було запущено громадською агенцією «Нуль відходів Львів» у співпраці з Інститутом інновацій та розвитку ПРООН в Україні. Ініціатива спрямована на тестування екологічно чистих альтернатив кави на винос та популяризацію екологічних способів вживання вашого улюбленого напою. Екологічна кав'ярня у Дніпрі [23], окрім збору пластику на переробку, підтримувала притулки для тварин, працювала з благодійними організаціями та садила дерева.

Упаковка покликана привертати увагу і продавати, хоча це лише невелика частина реальної цінності кави як напою і об'єкта насолоди. Компанія Zephyr Coffee випустила упаковку з мальовничим, авангардним дизайном. Кавові горнятка - ще одна тема для обговорення. Їхні дизайни різноманітні та іноді настільки цікаві, що їх хочеться залишити собі як сувенір. Багато кав'ярень замовляють індивідуальний дизайн, розміщуючи на горнятках логотипи або рекламні зображення. У дизайні упаковки для кави спостерігається тенденція до крафтового стилю [22]. Підкреслення екологічності та натуральності, м'які форми упаковки, матові та приємно шорсткі поверхні, кольори необробленого паперу, імітація зім'ятих текстур та візерунки з рослинними та автентичними мотивами. Сьогодні посуд з крафт-картону - тренд, який користується попитом у більшості закладів громадського харчування. Висока якість, екологічність та привабливий дизайн. Крафтові чашки виготовлені з якісного картону, тому вони не втрачають форму і не намокають, а смак і колір улюбленого напою зберігається. Крафт-скло є сертифікованим біорозкладаним продуктом. Використання такого посуду є доказом дбайливого ставлення до навколишнього середовища.

З розвитком кавової індустрії в Україні починає розвиватися ринок супутніх товарів, таких як сиропи, топінги, спеції та основи для гарячих напоїв. Кав'ярні пропонують різноманітні солодощі та випічку до кави. У зв'язку з модою на здоровий спосіб життя до асортименту також додалися горіхи, які продаються у вигляді снєків [25]. Можна робити поєднання: шоколад підходить до темної кави,

ягоди - до арабіки, карамель і ваніль - до кави з молоком, горіхи - до еспресо.

Ще одна тенденція - зростання популярності блендів. Бленди завжди були своєрідним табу в спеціалізованій каві, оскільки були характерні для традиційних італійських компаній. Бленди на основі спеціалізованих сортів кави, а не монокави, створюють абсолютно нові смакові поєднання і вирішують унікальні завдання. Існують суміші для приготування еспресо, суміші для приготування кави в джезві, можливо, навіть суміші для конкретної компанії або конкретної сім'ї [29].

Використання аромаркетингу – це дієвий спосіб підвищити продажі та грамотно заявити про свій заклад – кав'ярню, ресторан, кафе. Особливо це актуально в ресторанному бізнесі, де можна використовувати цілу палітру якісних «продуктових» ароматів [2]. Ефективність аромаркетингу в кафе і ресторанах безпосередньо пов'язана з імпульсивними покупками. Найактуальніші «ефектні» аромати для кав'ярень – це аромат груші з ароматом ванілі, карамелі, міцної кави та какао.

Ще один тренд - автоматизація. По-перше, вдосконалюється обладнання, і машини стають надійнішими, ефективнішими та естетичнішими. Навіть спеціалізовані незалежні кав'ярні стають більш автоматизованими, а люди будуть відходити від індустрії гостинності, кав'ярень і ресторанів до інших місць, які менш вразливі до національних реакцій і соціальних змін. Наприклад, в IT-сектор, тобто колишні бариста продовжуватимуть масово переходити в інші галузі. Тож автоматизація зростатиме, а заправки, супермаркети та мережеві магазини входять у кавову індустрію. Іншими словами, кава стає продуктом масового виробництва в одноразових стаканчиках, а не гастрономічним і дегустаційним продуктом, на якому була побудована культура кави. Зародившись в арабському світі, каві знадобилося багато часу, щоб досягти розвинутого світу. У 1554 році в Османській імперії відкрилася перша кав'ярня. До Італії він потрапив лише в 1647 році, тому сьогодні кава є частиною національної культури. Америка відкрила свою першу кав'ярню в 1670 році. А через 347 років у Сан-Франциско з'являється перший магазин із роботом-бариста [5]. На сьогоднішній час все більш популярними стають машини, які не просто продають товар, а й влаштовують свого роду безпрограшну лотерею, або машини, що перетворюють процес купівлі певною мірою на гру. З'явилися вже й автомати,

що говорять, що робить їх більш «людськими» і дозволяє обслуговувати клієнта різними мовами.

Крім того, зростає популярність «кави на виніс», більш привабливі автомати, з більшими форматами сенсорних дисплеїв, що дозволяють отримати напій з більшою кількістю інгредієнтів і рецептур, допомагають виправдати його більш високу ціну. Особливо це помітно в сфері OCS (Office Coffee Service) – установці та обслуговуванні кавових автоматів в офісних приміщеннях і бізнес-центрах. Найпопулярнішим напрямком вендингу є кавові апарати, на них припадає близько 65% усього ринку [27, 6]. Приблизно 80% таких автоматів встановлено в офісах і робочих приміщеннях. Великі торгові мережі розвивають системи самообслуговування, щоб підвищити оборотність і скоротити витрати на персонал. Вендингові технології можуть не тільки стати альтернативою традиційним формам роздрібною торгівлі та громадського харчування, а й каналом для нестандартної комунікації брендів зі споживачами [31].

За статистикою, ринок вендингу зростає в середньому на 20% на рік. У довоєнний період понад 60 тис. апаратів по всій Україні становили ринок у 3-4 млрд грн. Але ринок нерівномірний: 75% автоматів знаходяться у великих містах, а площі залишаються порожніми. Отже, все ще можна знайти вакансії в цьому бізнесі [3].

Проведений науковцями аналіз динаміки ринку вендингової торгівлі в Україні свідчить [24], що в даний час темпи його зростання значно менші ніж були 10 років тому. Причинами є фінансова криза, війна, закриття підприємств та організацій, їхня релокація, нестабільність гривні та певний рівень насичення ринку. Разом з тим спостерігається утримання та зростання ринку шляхом збільшення кількості автоматів у операторів, появи нових видів автоматів. Зазвичай вітчизняні підприємці розпочинають вендинговий кавовий бізнес або купуючи торгівельні автомати самостійно, або беруть необхідне устаткування в лізинг чи кредит, або стартують за підтримки вендор-локаторів та виробників [16]. Бізнеси, які пропонують розвиток смарт кав'ярень в Україні: Компанія «Bestpresso» [4], Coffeeway – кав'ярня самообслуговування [26], CUP CLUB [28], Компанія EasyVending [12], AVE COFFEE [1], Група компаній Neuroshop tech [20], Мережі FastKava [19], Luchart (обладнання для бізнесу, вендинг та HoReCa) [18] та інші.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Кав'ярні, що спеціалізуються на

продажу найрізноманітніших сортів кави, які стали трендовими та популярними завдяки стрімкому зростанню кавового ринку, сприяють підвищенню компетентності споживачів завдяки широкому доступу до інформаційних ресурсів та поширенню української кавової культури. Таким чином, смарт кав'ярні стали новою тенденцією розвитку культури в Україні. Вони приваблюють своїх відвідувачів сучасною атмосферою та новими можливостями, які відповідають вимогам часу та сприяють підвищенню рівня обслуговування та комфорту клієнтів.

Вендинг – це вид бізнесу, який є дуже привабливим для підприємців-початківців тим, що в переважній більшості компаній кадровий склад представлений самим власником або мінімумом найманого персоналу. У Європі основну частку ринку займають «продавці» гарячих та прохолодних напоїв. Лідери європейського ринку – смарт кав'ярні. Для відкриття такого бізнесу потрібні мінімальні інвестиції та власний транспортний засіб для

обслуговування автоматів. У зв'язку з тим, що смарт-технології у кав'ярнях можуть повністю автоматизувати процес варіння кави, це дозволяє економити час працівників та знижувати витрати на зарплату, що робить смарт кав'ярні ефективним та прибутковим бізнесом. Але ринок послуг зростає, тому необхідно слідкувати за інноваційними тенденціями, які слід використовувати. Це нові методи обробки зерен, розширення асортименту кави, використання екологічних тенденцій та крафтового стилю, використання блендів та аромаркетингу. Завдяки технологіям Internet of Things та Big Data, смарт кав'ярні можуть обробляти та аналізувати велику кількість даних про своїх клієнтів, що дозволяє створювати індивідуальні пропозиції та пропагандувати промо-акції. Врешті, смарт кав'ярні можуть пропонувати клієнтам різноманітні галереї, які вони можуть переглядати під час відпочинку та насолоджуватися арт-проектами.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1 AVE COFFEE. URL: <https://avecoffee.ua/> (дата звернення: 20.01.2024).
- 2 Ароматизація кафе та ресторанів. URL: <https://www.sth-gr.com/aromamarketing/v-kafe-i-restoranah/> (дата звернення: 20.01.2024).
- 3 Береговий Максим. Свій бізнес: як заробити на кавових автоматах. URL: <https://uacredity.com/svij-biznes-yak-zarobiti-na-kavovih-avtomatah/> (дата звернення: 20.01.2024).
- 4 Bestpresso. URL: <https://bestpresso.com.ua/vendingovi-rishennya/> (дата звернення: 20.01.2024).
- 5 Блог: виробництво паперових стаканчиків. URL: <http://super-cup.kiev.ua/blog> (дата звернення: 20.01.2024).
- 6 Буремні часи – нові рішення: кавові зони самообслуговування. URL: <https://ua.korrespondent.net/business/4275217-buremni-chasy-novi-rishennia-kavovi-zony-samoobsluhovuvannia> (дата звернення: 20.01.2024).
- 7 Воронюк Т.А. Застосування конкурентних стратегій М.Портера у діяльності кав'ярень. Інноваційна економіка. 2018, № 7–8 (76). С. 63–67. URL: <http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/315/377>.
- 8 Воронюк Т. А. Кав'ярня як різновид спеціалізованих закладів ресторанного господарства. Український журнал прикладної економіки. 2018. Том 3. № 4. С. 310–316. URL: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2019/10/ujae_2018_r04_a36.pdf.
- 9 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.
- 10 Гласюк С.С. Сучасні реалії розвитку кавового бізнесу в Україні. URL: <https://tinyurl.com/3dpxhky4> (дата звернення: 20.01.2024).
- 11 Гурський Микита. З Мексики кавовий світ України виглядає динамічно. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/mikita-gurskij-z-meksiki-kavovij-svit-ukraini-vigladae-dinamicno> (дата звернення: 20.01.2024).
- 12 Easy vending. URL: <https://easyvending.com.ua/ua/> (дата звернення: 26.01.2024).
- 13 Зайончківська Н.І. Фірмовий стиль в естетиці європейських кав'ярень та особливості айдентики в дизайні українських кафе. Збірник наукових праць магістрантів Інституту мистецтв спеціальності «Дизайн». 2018. Т. 1. URL: <https://core.ac.uk/reader/300404770>.
- 14 Заклади ресторанного господарства класифікація: ДСТУ 4281:2004 (Чинний від 2004-07-01). Київ : Держспоживстандарт України, 2004. 20 с. (Національні стандарти України). URL: https://dnaop.com/html/34057/doc%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004 (дата звернення: 20.01.2024).

- 15 Кав'ярні: сучасні тенденції ресторанного бізнесу. Івашина, Лілія Леонідівна, Бишовець, Лариса Григорівна, Куракін, Олександр Борисович. Вчені записки Таврійського національного університету імені І.В. Вернадського. Серія: Економіка і управління, 2020. Doi: 10.32838/2523-4803/70-5-12. Том 31(70), випуск 5, ст.77-80 <https://er.chdtu.edu.ua/handle/ChSTU/3211>
- 16 Кавуй екологічно: у Львові стартував проєкт з мінімізації використання одноразової тари для кави. URL: <https://zerowastelviv.org.ua/kavui-ekolohichno-u-lvovi-startuvav-proiekt-z-minimizatsii-vukorystannia-odnorazovoi-tary-dlia-kavy/> (дата звернення: 20.01.2024).
- 17 Карнаушенко А.С. КАВОВА ІНДУСТРІЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ. Приазовський економічний вісник. Класичний приватний університет, Херсон. Випуск 2(19) 2020 <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-2-18> http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/2_19_ukr/20.pdf
- 18 Luchart. Обладнання для бізнесу. Вендінг та HoReCa. URL: <https://luchart.com.ua/ua/p1557192734-kofejnya-samoobsluzhivaniya-kofejnyj.html> (дата звернення: 20.01.2024).
- 19 Мережа FastKava. URL: <https://fastkava.com.ua/> (дата звернення: 20.01.2024).
- 20 Neuroshop. URL: <https://neuroshop.tech/uk/blog/ulichnye-kofejnye-apparaty> (дата звернення: 20.01.2024).
- 21 Новинки в світі кави (осінь-2020). URL: <https://gemini.ua/novinki-v-sviti-kavi-osin-2020/>
- 22 Розвиток ринку кави в Україні: нові виклики в дизайні упаковки. URL: <https://tcd.kiev.ua/uk/rozvitok-rinku-kavi-v-ukrayini-novi-vikliki-v-dizajni-upakovki/> (дата звернення: 20.01.2024).
- 23 Розрахуватися пластиком замість грошей: як у Дніпрі працює екологічна кав'ярня. URL: <https://rubryka.com/article/dnipro-ecocafe/> (дата звернення: 20.01.2024).
- 24 Свистун Т., Шкуро А. Вендінг як сучасний механізм організації торгівлі. Economic and Food Security of Ukraine. 2019. 6(3-4). С.50-57. URL: <https://doi.org/10.15673/efs.v6i3-4.1286>.
- 25 Coffee — новий проєкт напередодні кавового буму в Україні. URL: <https://4.franchexpo.com/?pid=8&newsid=3040> (дата звернення: 18.01.2024).
- 26 Coffeeway – кав'ярня самообслуговування. URL: <https://coffeeway.com.ua/> (дата звернення: 15.01.2024).
- 27 Симоненко Костянтин. Продажі без продавців: торговельні автомати все частіше замінюють людину. URL: <https://rau.ua/novyni/prodazhi-torgovelni-avtomaty/> (дата звернення: 20.01.2024).
- 28 CUP CLUB. ВЕНДІНГОВІ КАВОМАШИНИ. URL: <https://cupclub.com.ua/vending> (дата звернення: 20.01.2024).
- 29 Тренди 2022. Українські реалії: Вадим Грановський. URL: <https://www.restorator.ua/post/trendy-2022-ukrainski-realii-vabum-granovsky> (дата звернення: 20.01.2024).
- 30 Чан Т. С., Юдіна Н. В. Стан розвитку ринку кав'ярень в Україні. Збірник наукових праць КПІ імені І. Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління». 2017. №11. С. 3-11.
- 31 Чигир Сергій. Торговля без продавців: який вендинг краще обрати. URL: <https://buduysvoe.com/publications/torgivlya-bez-prodavciv-yakyy-vendyng-krashche-obraty> (дата звернення: 18.01.2024).

REFERENCES

- 1 AVE COFFEE. (2024). URL: <https://avecoffee.ua/> [in Ukrainian].
- 2 Aromatyzatsiia kafe ta restoraniv. (2024). URL: <https://www.sth-gr.com/aromamarketing/v-kafe-i-restoranah/> [in Ukrainian].
- 3 Berehovyi, Maksym. Svii biznes: yak zarobyty na kavovykh avtomatakh. (2024). URL: <https://uacredity.com/svij-biznes-yak-zarobiti-na-kavovih-avtomatah/> [in Ukrainian].
- 4 Bestpresso. (2024). URL: <https://bestpresso.com.ua/vendingovi-rishennya/> [in Ukrainian].
- 5 Bloh: vyrobnytstvo paperovykh stakanchykyiv. (2024). URL: <http://super-cup.kiev.ua/blog> [in Ukrainian].
- 6 Buremni chasy – novi rishennia: kavovi zony samoobsluhovuvannia. (2024). URL: <https://ua.korrespondent.net/business/4275217-buremni-chasy-novi-rishennia-kavovi-zony-samoobsluhovuvannia> [in Ukrainian].
- 7 Voroniuk, T.A. (2018). Zastosuvannia konkurentnykh stratehii M.Portera u diialnosti kaviaren. Innovatsiina ekonomika. № 7–8 (76). S. 63–67. URL: <http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/315/377> [in Ukrainian].

- 8 Voroniuk, T. A. (2018). Kaviarnia yak riznovyd spetsializovanykh zakladiv restorannoho hospodarstva. Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky. Tom 3. № 4. S.310-316. URL: http://ujae.org.ua/wpcontent/uploads/2019/10/ujae_2018_r04_a36.pdf [in Ukrainian].
- 9 Hirniak, L. I., Hlahola, V. A. (2018). Suchasnyi stan, perspektyvy ta tendentsii rozvytku restorannoho hospodarstva v Ukraini. Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy. №16. S. 71-76 [in Ukrainian].
- 10 Hlasiuk, S.S. (2024). Suchasni realii rozvytku kavovoho biznesu v Ukraini. URL: <https://tinyurl.com/3dpxhky4> [in Ukrainian].
- 11 Hurskyi, Mykyta. (2024). Z Meksyky kavovyi svit Ukrainy vyhliadaie dynamichno. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/mikita-gurskij-z-meksiki-kavovij-svit-ukraini-vigladaie-dinamicno> [in Ukrainian].
- 12 Easy vending. (2024). URL: <https://easyvending.com.ua/ua/> [in Ukrainian].
- 13 Zaionchivska, N.I. (2018). Firmovyi styl v estetysi yevropeiskykh kaviaren ta osoblyvosti aidentyky v dyzaini ukrainskykh kafe. Zbirnyk naukovykh prats mahistrantiv Instytutu mystetstv spetsialnosti «Dyzain». T. 1. URL: <https://core.ac.uk/reader/300404770> [in Ukrainian].
- 14 Zaklady restorannoho hospodarstva klasyfikatsiia: DSTU 4281:2004 (Chynnyi vid 2004-07-01). (2024). Kyiv : Derzhspozhyvstandart Ukrainy, 2004. 20 s. (Natsionalni standarty Ukrainy). URL: https://dnaop.com/html/34057/doc%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004 [in Ukrainian].
- 15 Kaviarni: suchasni tendentsii restorannoho biznesu. Ivashyna, Liliia Leonidivna, Byshovets, Larysa Hryhorivna, Kurakin, Oleksandr Borysovykh. (2020). Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnogo universytetu imeni I.V. Vernadskoho. Seriia: Ekonomika i upravlinnia. Tom 31(70). vypusk 5. st.77-80 Doi: 10.32838/2523-4803/70-5-12. <https://er.chdu.edu.ua/handle/ChSTU/3211> [in Ukrainian].
- 16 Kavui ekolohichno: u Lvovi startuvav proiekt z minimizatsii vykorystannia odnorazovoi tary dlia kavy. (2024). URL: <https://zerowastelviv.org.ua/kavui-ekolohichno-u-lvovi-startuvav-proiekt-z-minimizatsii-vykorystannia-odnorazovoi-tary-dlia-kavy/> [in Ukrainian].
- 17 Karnaushenko, A.S. (2020). KAVOVA INDUSTRIIA V UKRAINI: SUCHASNYI STAN TA PERSPEKTYVY ROZVYTKU. Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk. Klasychnyi pryvatnyi universytet, Kherson. Vypusk 2(19). <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-2-18> . http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/2_19_ukr/20.pdf [in Ukrainian].
- 18 Luchart. Obladnannia dlia biznesu. Vendinh ta HoReCa. (2024). URL: <https://luchart.com.ua/ua/p1557192734-kofejnya-samoobsluzhivaniya-kofejnyj.html> [in Ukrainian].
- 19 Merezha FastKava. (2024). URL: <https://fastkava.com.ua/> [in Ukrainian].
- 20 Neuroshop. (2024). URL: <https://neuroshop.tech/uk/blog/ulichnye-kofejnye-apparaty> [in Ukrainian].
- 21 Novynky v sviti kavy (osin-2020). (2024). URL: <https://gemini.ua/novinki-v-sviti-kavi-osin-2020/> [in Ukrainian].
- 22 Rozvytok rynku kavy v Ukraini: novi vyklyky v dyzaini upakovky. (2024). URL: <https://tcd.kiev.ua/uk/rozvitok-rynku-kavi-v-ukrayini-novi-vikliki-v-dizaini-upakovki/> [in Ukrainian].
- 23 Rozrakhuvatysia plastykom zamist hroshei: yak u Dnipri pratsiuie ekolohichna kaviarnia. (2024). URL: <https://rubryka.com/article/dnipro-ecocafe/> [in Ukrainian].
- 24 Svystun, T., Shkuro, A. (2019). Vendinh yak suchasnyi mekhanizm orhanizatsii torhivli. Economic and Food Security of Ukraine. 6(3-4). S.50-57. URL: <https://doi.org/10.15673/efs.v6i3-4.1286> [in Ukrainian].
- 25 Coffee — novyi proiekt naperedodni kavovoho bumy v Ukraini. (2024). URL: <https://4.franchexpo.com/?pid=8&newsid=3040> [in Ukrainian].
- 26 Coffeeway – kaviarnia samoobsluhovuvannia. (2024). URL: <https://coffeeway.com.ua/> [in Ukrainian].
- 27 Symonenko, Kostiantyn. Prodazhi bez prodavtsiv: torhovelni avtomaty vse chastishe zaminiuiut liudynu. (2024). URL: <https://rau.ua/novyni/prodazhi-torgovelni-avtomaty/> [in Ukrainian].
- 28 CUP CLUB. VENDINHOVI KAVOMASHYNY. (2024). URL: <https://cupclub.com.ua/vending> [in Ukrainian].
- 29 Trendy 2022. (2024). Ukrainski realii: Vadym Hranovskyi. URL: <https://www.restorator.ua/post/trendy-2022-ukrainski-realii-vabym-granovskyi> [in Ukrainian].
- 30 Chan, T. S., Yudina, N. V. (2017). Stan rozvytku rynku kaviaren v Ukraini. Zbirnyk naukovykh prats KPI imeni I. Sikorskoho «Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia». №11. C. 3-11 [in Ukrainian].
- 31 Chyhyr Serhii. Torhivlia bez prodavtsiv: yakyi vendynh krashche obraty. (2024). URL: <https://buduysvoe.com/publications/torgivlya-bez-prodavciv-yakyy-vendynh-krashche-obraty> [in Ukrainian].

Отримано 04.06.2024