

АКТУАЛЬНІСТЬ ПОЄДНАННЯ КОНЦЕПЦІЙ «КАВ'ЯРНЯ» ТА «КВІТКАРНЯ»

Гриценко О.А., здобувач вищої освіти
Червоний В.М., канд. техн. наук, доц.

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна,
м. Харків, Україна

Кавовий бізнес в Україні займає вагоме місце серед закладів ресторанного господарства. Виділяють 80% любителів кави від загальної кількості населення в Україні. Середній показник випитих чашок становить 15 млн щодня. На сьогоднішній день для 4 з 5 українців чашка запашної кави або чаю, куплена в кав'ярні є традицією. Компанії, які позиціонують себе як кав'ярні, стають невід'ємною частиною індустрії гостинності та потребують подальших інноваційних рішень, щоб зберегти довгострокову конкурентну позицію. Кав'ярня – чудовий стартап для будь-якого підприємця: початківця чи досвідченого власника. Однак для досягнення результату необхідно докласти зусиль, щоб зробити організацію прибутковою. Зростає попит на даний продукт та послугу, тому необхідна пропозиція на ринку [1].

Одним із ключових елементів успішної роботи кав'ярні є хороша кава, висококваліфікований персонал та пізнана концепція. На ринку є багато кав'ярень (мобільних і стаціонарних), які суворо дотримуються принципу «приходь-купуй-йди». Іншими словами, вони не зацікавлені в тому, щоб цей клієнт повернувся до них наступного разу. У закладі ресторанного господарства потрібно обслужити клієнта, щоб він повернувся наступного разу. Для цього потрібна концепція, яка може привернути увагу споживачів. Концепція – це не ідея кав'ярні, а її втілення в закладі. Ідея має бути інтегрованою: від локації до бренду. Інноваційним та цікавим варіантом нової концепції є модель кав'ярня-квіткарня. Це такий концептуальний заклад, що поєднує в собі функції кав'ярні та квіtkового магазину. Підприємства з такою концепцією розширяють свою споживчу базу, отримають красиві та привабливі інтер'єри та прагнуть підвищити пізнаваність бренду.

Відкриття кав'ярні з концепцією квіткарні є актуальним рішенням в умовах сучасного ринку [2]. Нижче наведено кілька причин, чому така ідея може бути успішною:

- синергія кави та природи (поєднання кави та квіtkів створює унікальну атмосферу, що приваблює відвідувачів; люди часто шукають естетичний досвід, тому красива обстановка може підвищити привабливість закладу);

- різноманітність пропозицій (кав'ярня з квітами може пропонувати не тільки напої, а й букети, рослини, а також майстер-класи з флористики, що розширює цільову аудиторію);
- попит на екологічні та локальні продукти (споживачі все більше цікавляться екологічно чистими продуктами; використання місцевих рослин і натуральних інгредієнтів у напоях може залучити свідомих покупців);
- соціальна платформа (така кав'ярня може стати місцем для зустрічей, проведення подій або майстер-класів, що сприяє створенню спільноти);
- можливість для маркетингу (унікальна концепція кав'ярні зможе виділитися на фоні конкурентів, що допоможе у просуванні в соціальних мережах та залученні нових клієнтів);
- тренди (останнім часом популярними стають концепції, які поєднують різні сфери – гастрономію та мистецтво, природу та відпочинок; кав'ярня-квіткарня може стати частиною цього тренду).

Таким чином, реалізація ідеї кав'ярні з концепцією квіткарні має великий потенціал для успіху на сучасному ринку. Відкриття кав'ярні-квіткарні вимагає врахування кількох особливостей, таких як зручна локація, затишний та привабливий інтер'єр, різноманітні кавові напої, наявність локальних квіткових пропозицій та сезонних варіантів для замовлення, постійна діяльність у соціальних мережах, організація майстер-класів та інших подій, а також взаємодія з клієнтами, тобто необхідно постійно отримувати зворотній зв'язок від ваших відвідувачів. Такі важливі особливості допоможуть сформувати успішну діяльність закладу формату кав'ярні-квіткарні та подальше його просування в соціальних мережах та залучення нових клієнтів, що призведе до збільшення доходу.

Список використаних джерел

1. Лагодієнко В.В., Богданова М.В. Інвестиційна привабливість ресторанного бізнесу: теоретичні і практичні аспекти. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2023. Вип. 18.
2. Пріма В. Гостинність як чинник формування національного характеру українців. *Альманах «Культура і сучасність»*. 2016. Режим доступу: <http://journals.uran.ua/kis/article/view/148801>