

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, непросте завдання. 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 брью – кави, яку заварюють на холодній воді протягом 12–18 годин. Продажі колд брью 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-брью), 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 недорого 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 недорого кавомолку під невеликий потік. Не всі кав'ярні відразу купують фільтр-машини ще тому, що у людей є якийсь страх, що вони не зможуть реалізувати весь об'єм приготованої фільтр-кави і залишок доведеться вилити. 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 безлактозне 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 пробіли 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 передують 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.