

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри к.е.н., доцент
Давиденко І.В. ()
« » травня 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
за освітньою програмою «Готельно-ресторанна справа»

на тему: «ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ КАВ'ЯРЕНЬ
(НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРЕНЬ МІСТА ІЗМАЇЛ)»

Виконавець
студентка факультету міжнародної економіки
Мартінова Ганна Дмитрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник
к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)
Давиденко Ірина Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Одеса 2020

АНОТАЦІЯ

Мартінова Г.Д. «Дослідження поведінки споживачів послуг кав'ярень (на прикладі кав'ярень міста Ізмаїл)».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Готельно-ресторанна справа» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Об'єкт дослідження – поведінка споживачів послуг кав'ярень.

Предметом дослідження роботи є сукупність теоретичних та практичних аспектів впливу на поведінку споживачів кав'ярень міста Ізмаїл.

Метою кваліфікаційної роботи є вивчення, аналіз та вдосконалення заходів впливу на поведінку споживачів послуг кав'ярень міста Ізмаїл.

У роботі проаналізовано загальні поняття та сутність організації діяльності кав'ярень. Аналізується стан розвитку ринку кав'ярень та особливості поведінки споживачів їх послуг. Оцінюється ефективність запропонованих заходів щодо заохочення споживачів послуг кав'ярень.

За результатами дослідження обґрунтована доцільність впровадження наведених заходів та проаналізована їх ефективність.

Ключові слова: кава, кав'ярні, поведінка споживачів, ринок кави, послуги, ефективність.

ANNOTATION

Martynova G.D. «A Study of the Consumer Behavior of Cafes (on the example of Izmail Cafes)».

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 241 «Hotel and restaurant business» for the educational program «Hotel and restaurant business». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2020.

The qualifying work consists an introduction, three chapters, conclusions, list of sources used and applications.

The object of the research is the consumer behavior of coffee shops.

The subject of the study is a set of theoretical and practical aspects of influencing the behavior of coffee shops in the city of Izmail.

The aim of the work is the study, analysis and improvement measures on the behavior of consumers cafes city of Izmail.

The work analyzes the general concepts and the essence of organizing coffee shops. The state of the coffee market development and the peculiarities of consumer behavior of their services are analyzed. The effectiveness of the proposed measures to encourage the use of coffee services is evaluated.

The results of the study formulated the feasibility of implementing these measures and analyzing their effectiveness.

Key words: coffee, coffee shops, consumer behavior, coffee market, services, efficiency.

ЗМІСТ

стор.

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КАВ'ЯРЕНЬ	7
1.1. Сутність та особливості організації діяльності кав'ярень	7
1.2. Особливості споживання послуг кав'ярень	10
1.3. Методичні підходи до вивчення поведінки споживачів послуг кав'ярень.....	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РИНКУ КАВ'ЯРЕНЬ ТА ОСОБЛИВОСТЕЙ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ЇХ ПОСЛУГ	29
2.1. Оцінка розвитку ринку кав'ярень міста Ізмаїл.....	29
2.2. Дослідження системи цінностей і переваг клієнтів кав'ярень методом анкетування.....	43
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ КАВ'ЯРЕНЬ МІСТА ІЗМАЇЛ	51
3.1. Обґрунтування методів заохочення споживачів послуг кав'ярень	51
3.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів	58
ВИСНОВКИ	64
Список використаних джерел	66
ДОДАТКИ	70

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. Кав'ярня – це заклад ресторанного господарства, де населенню пропонується широкий асортимент кавових напоїв високої якості, на основі різноманітних сортів кави, приготовлених за допомогою традиційних та альтернативних методів заварювання, а також повна поінформованість бариста з приводу походження, рівня та свіжості обсмаження кавового зерна та тонкощів смаку (профіля чашки) кожного з пропонованих варіантів.

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 в цілому, що особливо актуально в кризових умовах, в яких сьогодні знаходиться економіка України. З іншого ж боку, подальший розвиток українського ринку кав'ярень призводить до суттєвого підвищення рівня конкуренції на ньому. Крім того існує різні можливості та ризики в цієї сфері. Розуміння таких показників, як рівень поінформованості споживача, розуміння стану і основних тенденцій цього ринку допомагає кав'ярні виживати та розвиватися у цьому бізнесі. Дослідженням ринку кав'ярень присвячено низку зарубіжних публікацій та ряд вітчизняних публікацій, серед яких є публікації таких авторів, як Литвин О.А., Щерба О.Ф., Шиманський Р.Є., Родіон Е.С., Конотецький С.А., Волошин І.П., серед вчених кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету: Галасюк С.С. [1, 2, 3].

Згідно з думками усіх авторів, ринок кав'ярень є досить перспективним і прибутковим бізнесом в Україні. Для розвитку у цій сфері підприємства потребують не тільки унікальної ідеї бізнесу, але й моніторингу постійних змін на ринку, тобто аналізу змін різних зовнішні фактори, тенденцій та потреб споживачів.

Метою кваліфікаційної роботи є вивчення, аналіз та вдосконалення заходів впливу на поведінку споживачів послуг кав'ярень міста Ізмаїл.

Відповідно до заданої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- визначити сутність та особливості організації діяльності кав'ярень;
- проаналізувати особливості споживання послуг кав'ярень;
- дослідити організаційні засади діяльності кав'ярень міста Ізмаїл;
- проаналізувати розвиток ринку кав'ярень міста Ізмаїл;
- дослідити систему цінностей і переваг клієнтів кав'ярень;
- обґрунтувати запропоновані методи заохочення споживачів послуг кав'ярень;
- проаналізувати ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є поведінка споживачів послуг кав'ярень.

Предметом дослідження роботи є сукупність теоретичних та практичних аспектів впливу на поведінку споживачів кав'ярень міста Ізмаїл.

Методи дослідження роботи. З метою досягнення мети та розв'язання визначених завдань кваліфікаційної роботи було використано такі загальнонаукові методи дослідження, як анкетування, порівняння, узагальнення, аналіз та синтез.

Інформаційна база дослідження. В якості вихідних даних для дослідження були використані: наукові публікації вітчизняних та зарубіжних вчених, українські нормативно-правові акти, матеріали науково-практичних, конференцій, інтернет-ресурси, результати власних досліджень.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (30 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 73 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 62 сторінках. Робота містить 10 таблиць, 23 рисунки.

За попередніми результатами кваліфікаційної роботи були зроблені публікації:

1. Мартинова А. Д. Особливості управління персоналом на підприємствах готельного господарства / А. Д. Мартинова // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали для круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – С. 479-480.
2. Мартинова Г. Д.. Особливості розвитку міжнародних готельних мереж / Г. Д. Мартинова // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених; Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019. – С. 650-652
3. Мартинова Г. Д. Методичні підходи до вивчення поведінки споживачів послуг кав'ярень / Г. Д. Мартинова // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених; Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020. – С. 114-117
4. Мартинова Г. Д. Шляхи поліпшення маркетингової діяльності ресторанного господарства «Стейкхаус. М'ясо і вино» / Г. Д. Мартинова // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених; Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020. – С. 118-121

ВИСНОВКИ

Кожен з нас, незалежно від статі, віку, професії, звичок, практично щодня виступає в ролі споживача. Сучасні реалії такі, що ми просто не можемо обійтися без придбання ряду товарів і послуг. В ході дослідження було виявлено які фактори впливають на поведінку споживачів. На прикладі кав'ярень міста Ізмаїл, ми виявили способи для збільшення кількості споживачів.

1. У першому розділі кваліфікаційної роботи «Теоретичні основи функціонування кав'ярень» ми розглянули сутність організації діяльності кав'ярень, виявили особливості споживання послуг та привели підходи до вивчення поведінки споживачів послуг кав'ярень.

2. У другому розділі кваліфікаційної роботи «Аналіз розвитку ринку кав'ярень та особливостей поведінки споживачів їх послуг» нами було оцінено ринок кав'ярень міста Ізмаїл та його розвиток, проаналізовано товарообіг 2019 року порівняно з 2018 роком. Розглянули використання базових стратегій М. Портера в діяльності кав'ярень міста Ізмаїл.

Задля оцінки конкурентного середовища, було використано модель PEST-аналізу, який показав, що найбільш значущим політичним фактором впливу на конкурентоспроможність кав'ярень є податкове законодавство, яке дає можливість невеликим закладам провадити свою діяльність в рамках спрощеної системи оподаткування.

Вдалося виявити, що серед найважливіших характеристик кав'ярні споживачі відзначають високий рівень обслуговування, зручне розташування закладу і прийнятну ціну.

За допомогою методу анкетування ми дослідили систему цінностей і переваг клієнтів кав'ярень. Виявили, що не зважаючи на те, що для багатьох респондентів найважливішим в кав'ярні є якісна кава, при цьому лише деякі з опитаних змогли сказати, що знають, що це таке; а значна частина респондентів взагалі не розбирається в якості напою.

3. У третьому розділі кваліфікаційної роботи «Розробка заходів впливу на поведінку споживачів послуг кав'ярень» для збільшення потоку відвідувачів було запропоновано два шляхи:

1. Проведення дегустації кави та печива «Біскотті», що допоможуть споживачам більше розбиратися у її якості.

Було зроблено висновок, що дегустація кави є доцільним та вдалим рішенням. Так, як кав'ярня може докласти всіх зусиль, щоб зробити це місце для відвідувачів найулюбленішим. Люди будуть більше розумітися на якості кави та розповідати про це своїм знайомим, котрі також завітають до цієї кав'ярні.

Було прораховано, що проведення дегустації збільшить відсоток відвідувачів на 11%, що в свою чергу призведе до збільшення прибутку кав'ярні. Таким чином дегустація буде швидко окупатися та приносити прибуток.

2. Проведення рекламної кампанії кав'ярні у соціальній мережі Instagram

Розглянутий рекламний напрям в припущенні показав себе досить ефективним, оскільки кількість кліків та переходів на сайт склала 7653 рази, а 3350 осіб стали підписниками акаунту кав'ярні. Та найголовніше, що на вкладених 31 400 грн. у рекламу буде отримано 80 000 грн. прибутку, завдяки збільшенню відвідувачів, які побачили цю рекламу у соцмережі. Було визначено, що рентабельність запропонованого заходу складатиме 254,7%. Показник є дуже високим, що доводить надзвичайну ефективність даного заходу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Галасюк С. С. Дослідження особливостей функціонування мережевих та авторських кав'ярень / С. С. Галасюк, Ю. В. Торжинська // Засади реформування економічної системи країни в контексті міжнародного співробітництва: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 09.11.2019 р. – Одеса: ЦЕДР, 2019. – С. 43-47.
2. Галасюк С. С. Основні формати створення кав'ярень в умовах сьогодення / С. С. Галасюк, Ю. В. Торжинська // Перспективи розвитку економічної системи з урахуванням сучасних євроінтеграційних процесів: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 16.11.2019 р. – Дніпро: НО «Перспектива», 2019. – Ч. 1. – С. 78-82.
3. Галасюк С. С. Сучасні реалії розвитку кавового бізнесу в Україні / С. С. Галасюк // Anti-crisis management: state, region, enterprise: III International scientific conference. – Le Mans, France: Baltija Publishing, 2019. – P. 72-75.
4. Огляд ринку кав'ярень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://franchising.ua/stattya/1359/oglyad-rinku-kavyaren/>
5. Економічна правда. «Через 2-3 роки 50% ресторанів вийдуть в онлайн». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/2016/06/6/595148/>
6. Допомога бізнесу. «Як відкрити кав'ярню?» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://helpbusiness.ru/vibir-galuzi-svogo-biznesu-bank-idej/yak-vidkritikavyarnyu.html>
7. Костецький С. Орендна плата на об'єкти нерухомості в 2016 році зростає. [Електронний ресурс] - режим доступу: <http://www.zagorodna.com/uk/statti/orendnaplata-na-obekti-neruhomosti-v-2016-roci-zroste.html>
8. Стан ринку кави в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76736>

9. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства класифікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dnaop.com/html/34057/doc>
10. Mordor Intelligence. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/coffee-market>.
11. International Coffee Organization. URL: <http://www.ico.org/>
12. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
13. Воронюк Т. А. Місце і роль кав'ярень у структурі ресторанного господарства. Український журнал прикладної економіки. 2019. Том 4. №1. С. 145-149.
14. Піраміда потреб Абрагама Маслоу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
15. Давиденко І. В. Сучасні напрями стратегічного управління туристичним підприємством / І. В. Давиденко // Економічні студії. – Львів: ГО «Львівська економічна фундація», 2017.- №2 (15) – С. 23-27.
16. Давиденко І. В. Оцінка фінансового стану туристичних підприємств / І. В. Давиденко, Т. О. Пенкова // Сучасні наукові погляди на вдосконалення економіки: перспективи та розвиток: збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції. – Київ: Аналітичний центр «Нова Економіка», 2016. – Ч. 1. – С. 101 – 104.
17. Давиденко І. В. Сучасні тенденції туристичного попиту / І. В. Давиденко, К. Ю. Яценко // Модернізація економіки та фінансової системи країни: актуальні проблеми та перспективи: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. - Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2017. – С. 28-31.
18. Давыденко И. В. Пути формирования бренда туристической дестинации / И. В. Давыденко // Инновационные подходы к решению актуальных проблем сферы сервиса и услуг: Сб. научн. статей. – Киров: ООО «Экспересс Принт», 2012. – Вып. 5. - С. 29-38.
19. Давиденко І. В. Оцінка непрямого впливу туризму на економіку регіону / І. В. Давиденко // Вісник соціально-економічних досліджень : зб.

наук. пр. / ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2005. – Вип. 19. – С. 67-71.

20. Давиденко І. В. Питання визначення якості готельних послуг / І. В. Давиденко, А. В. Ушатова // Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпро: НО «Перспектива», 2017. – Ч. 1. – С. 78-81.

21. Нездоймінов С. Г. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес регіону в умовах трансформації економіки / С. Г. Нездоймінов // Економіка харчової промисловості. – 2011. - №4. – С. 81-87.

22. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов [та інші]. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.

23. Ресторани, кафе та бари в Ізмаїлі.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://izmail.jsprav.ru/>

24. Портер М. Э. От конкурентного преимущества к корпоративной стратегии. Harvard Business Review., с. 43–59.

25. Воронюк Т. А. Застосування конкурентних стратегій М. Портера у діяльності кав'ярень. Науковий журнал «Інноваційна економіка». 2018. Випуск 7-8. С.63-67.

26. Портер М. Э. Методы конкурентной стратегии для анализа отраслей и конкурентов с новым введением. 1998. 397 с.

27. Воронюк Т. А. Застосування конкурентних стратегій М. Портера в діяльності кав'ярень. Економічне зростання та конкурентоспроможність національного господарства: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, Навчально-науковий інститут управління, економіки та природокористування, 19-20 жовтня 2018 року. Київ: Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, 2018. С. 42-45.

28. Воронюк Т. А. Етапи розробки ефективної конкурентної стратегії для кав'ярень. Соціально-економічний розвиток і безпека України: стан та

перспективи: матеріали міжвузівської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених, 4 квітня 2019 р. Львів: Ліга-Прес, 2019. С. 131 – 133.

29. Воронюк Т. А. Визначення факторів, що впливають на зміцнення конкурентних позицій міні-кав'ярень. Економічний науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії» Причорноморського науководослідного інституту економіки та інновацій. 2017. Випуск 22. С.83-86.

30. Шульц Х., Ян Д.-Ж. Влийте в неї своє серце: як Starbucks будував компанію по одній чашці. 1997. 351 с.

31. Мартинова Г. Д. Методичні підходи до вивчення поведінки споживачів послуг кав'ярень / Г. Д. Мартинова // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених; Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020. – С. 114-117