УДК 338.48:640.43
Поволоцька Ю.П.[1], Корнієнко О.М.[2]
[1] студ. гр. ГФ-112 НУ «Запорізька політехніка»
[2] канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ КАВ'ЯРЕНЬ ФОРМАТУ «COFFEE TO GO» В УМОВАХ УРБАНІЗАЦІЇ

Поволоцька Ю.П., Корнієнко О.М.

Урбаністичне середовище формує нові моделі поведінки споживачів, орієнтовані на швидкість, мобільність і доступність послуг. У цьому контексті одним із найбільш динамічних сегментів індустрії гостинності є кав'ярні формату «coffee to go», які забезпечують оперативне обслуговування та відповідають сучасним запитам міського населення.

Формат «coffee to go» передбачає реалізацію кавових напоїв і супутньої продукції для споживання поза межами закладу. Його основними характеристиками є компактність торговельних площ, висока швидкість обслуговування, мінімізація капітальних і операційних витрат, а також орієнтація на інтенсивні потоки пішохідного трафіку. Даний формат є

економічно ефективним завдяки швидкому обороту продукції та відносно низькому рівню витрат на утримання закладу [1].

В умовах урбанізації суттєво зростає значення інноваційних підходів до організації діяльності кав'ярень. Одним із ключових напрямів є оптимізація бізнес-моделі, що передбачає ефективне використання обмежених площ, стандартизацію виробничих процесів і скорочення часу обслуговування клієнтів. Впровадження сучасного компактного обладнання та технологій приготування кави дозволяє підвищити продуктивність праці та забезпечити стабільну якість продукції.

Важливою складовою розвитку кав'ярень є цифровізація сервісу та управління. Використання мобільних додатків, онлайн-замовлень, QR-меню, безконтактних платежів та CRM-систем сприяє автоматизації бізнес-процесів і підвищенню рівня клієнтського сервісу. Крім того, цифрові інструменти дозволяють аналізувати поведінку споживачів, формувати персоналізовані пропозиції та підвищувати ефективність маркетингових стратегій.

Суттєвим напрямом інноваційного розвитку є маркетингові та брендингові стратегії. У сучасних умовах конкуренції особливого значення набуває формування унікального позиціонування закладу, створення впізнаваного бренду та активне використання соціальних мереж. Візуальна ідентифікація, сторітелінг бренду та взаємодія з клієнтами через цифрові канали комунікації сприяють формуванню лояльної аудиторії [2].

В умовах урбанізації також зростає роль екологічних інновацій. Використання біорозкладної упаковки, впровадження систем повторного використання тари, застосування енергоефективного обладнання та скорочення харчових відходів відповідають принципам сталого розвитку. Екологічна орієнтація закладів підвищує їхню конкурентоспроможність і відповідає сучасним цінностям споживачів [3].

Особливого значення набуває локаційний фактор, який є одним із ключових чинників успішності кав'ярень формату «coffee to go». Найбільш ефективними є місця з високою концентрацією споживачів: транспортні вузли, бізнес-центри, університети, торговельні центри та туристичні зони. Раціональний вибір місця розташування забезпечує стабільний попит і високий рівень продажів.

Інноваційні підходи також проявляються у впровадженні нових форматів організації бізнесу, таких як мобільні кав'ярні, автоматизовані кавові станції, франчайзингові мережі та гібридні формати обслуговування. Це дозволяє розширити ринок, підвищити доступність послуг і зменшити ризики ведення бізнесу.

Крім того, важливим аспектом є гнучкість управління та адаптивність до змін зовнішнього середовища, що особливо актуально в умовах економічної нестабільності. Кав'ярні формату «coffee to go» здатні швидко

реагувати на зміну попиту, змінювати асортимент продукції та оптимізувати витрати, що забезпечує їхню стійкість на ринку.

Отже, розвиток кав'ярень формату «coffee to go» в умовах урбанізації характеризується активним впровадженням інновацій у сфері організації виробництва, цифровізації сервісів, маркетингу та екологізації діяльності. Використання сучасних управлінських і технологічних рішень сприяє підвищенню ефективності функціонування закладів, їх адаптивності до змін ринкового середовища та забезпеченню високого рівня конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Davis B., Lockwood A. Food and beverage management. London : Routledge, 2018. 410 c.

2. The growing role of artificial intelligence in the organization of customer service in the tourism business / T. Kuklina et al. *Data economy: challengers and opportunities for business and goverment* : монографія. Praha, 2025. P. 129–139. DOI: https://doi.org/10.46489/DECAO

3. Conceptual strategies for managing innovation processes in the life cycle of the EU tourism industry / D. Mamotenko та ін. *Data-Centric business and applications. lecture notes on data engineering and communications technologies*. 2026. № 272. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-032-06608-4_15