ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

КРАФТОВІ ПИВОВАРНІ ЛЬВІВЩИНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Виконала: здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
ОПП "Готельно-ресторанна справа"
Спеціальність 241 "Готельно-ресторанна справа"

_____ **Магоч Олександра Теодорівна**

Науковий керівник: д.е.н., професор
_____ **Мельник Ірина Миколаївна**

Львів 2025

ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Інститут, факультет *Товарознавства, управління та сфери обслуговування*
Кафедра *Туризму та готельно-ресторанної справи*
Рівень вищої освіти *Перший*
Ступінь вищої освіти *Бакалавр*
Спеціальність *241 "Готельно-ресторанна справа"*
Освітньо-професійна програма *"Готельно-ресторанна справа"*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри_____

д.е.н., професор Мельник І.М.

"17" жовтня 2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧКИ

МАГОЧ ОЛЕКСАНДРИ ТЕОДОРІВНИ

1.Тема роботи *"Крафтові пивоварні Львівщини:сучасний стан та перспективи розвитку"*
керівник роботи: *д.е.н., професор Мельник І. М.*
затверджені наказом ректора закладу вищої освіти від *"15" жовтня 2024 року № 995/03.*

2. Термін подання здобувачем роботи: *"06" червня 2025 року*

3. Вихідні дані до роботи: *тенденції розвитку крафтового пивоваріння в Україні, статистичні дані розвитку ринку крафтового пива Львівщини.*

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): *теоретичні аспекти організації крафтових виробництв в ресторанному бізнесі; аналіз крафтових виробництв Львівщини; напрями удосконалення виробництва харчової продукції у закладах ресторанного господарства з використанням крафтових технологій.*

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): *аналітичні таблиці, графіки і діаграми*

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис,дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
-	-	-	-

Дата видачі завдання *"16" жовтня 2024 року*

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка про виконання
1.	*Вибір теми, погодження плану з науковим керівником*	*жовтень 2024 р.*	
2.	*Літературний огляд*	*до 20 грудня 2024 р.*	
3.	*Написання 1 розділу роботи*	*до 10 січня 2025 р.*	
4.	*Збір та обробка практичних, статистичних та інших цифрових матеріалів*	*до 10 березня 2025 р.*	
5.	*Проведення аналізу, розроблення відповідних рекомендацій*	*до 20 квітня 2025 р.*	
6.	*Здача роботи науковому керівникові в першому варіанті*	*до 01 травня 2025 р.*	
7.	*Усунення зауважень і оформлення роботи*	*до 25 травня 2025 р.*	
8.	*Перевірка роботи на плагіат*	*до 01 червня 2025 р.*	
9.	*Оформлення зовнішньої рецензії і відгуку наукового керівника*	*до 05 червня 2025 р.*	
10.	*Здача роботи на кафедру*	*06 червня 2025 р.*	

Здобувач _____ **О. Т. Магоч**

Керівник роботи _____ **І. М. Мельник**

АНОТАЦІЯ

Магоч О. Т. Крафтові пивоварні Львівщини: сучасний стан та перспективи розвитку. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою "Готельно-ресторанна справа" зі спеціальності 241 "Готельно-ресторанна справа". – Львівський торговельно-економічний університет. Львів. 2025.

У роботі досліджено сучасний стан розвитку крафтових пивоварень Львівщини як важливого сегмента локальної економіки та туристичної привабливості регіону. Розглянуто особливості функціонування малих пивоварних підприємств, зокрема їхню орієнтацію на якісне, автентичне та екологічно чисте виробництво. Окрему увагу приділено темі використання локальної сировини. Запропоновано напрямки подальшого розвитку крафтових пивоварень регіону, включаючи впровадження екологічних практик, розвиток пивного туризму та підвищення конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Ключові слова: *крафтові пивоварні, Львівщина, сталий розвиток, пивна культура, локальне виробництво, перспективи розвитку.*

ANNOTATION

Mahoch O. T. Craft Breweries of Lviv Region: Current Status and Development Prospects. – Manuscript.

Qualification work for obtaining the first (bachelor's) level of higher education in the educational and professional program "Hotel and restaurant business" in specialty 241"Hotel and restaurant business". – Lviv University of Trade and Economics. Lviv. 2025.

The work is devoted to the current state of development of craft breweries in Lviv region as an important segment of the local economy and tourist attractiveness of the region. The peculiarities of the functioning of small breweries, in particular their focus on high-quality, authentic and environmentally friendly production, are considered. Special attention is paid to the use of local raw materials. The author proposes directions for further development of craft breweries in the region, including the introduction of environmental practices, development of beer tourism and increase of competitiveness in the domestic and foreign markets.

Keywords: *craft breweries, Lviv region, sustainable development, beer culture, local production, development prospects.*

ЗМІСТ

стор.

ВСТУП …… 3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ КРАФТОВИХ ВИРОБНИЦТВ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

1.1 Поняття крафтового виробництва та його роль у ресторанному бізнесі……. 5

1.2. Основні принципи організації крафтових виробництв у ресторанному бізнесі…….. 15

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КРАФТОВИХ ВИРОБНИЦТВ ЛЬВІВЩИНИ

2.1. Огляд ринку крафтового пивоваріння Львівської області……. 21

2.2. Характеристика крафтового пивоваріння у структурі ресторанного господарства Львівщини……. 32

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ КРАФТОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

3.1. Впровадження інноваційних трендів крафтових технологій……..... 39

3.2. Удосконалення матеріально-технічної бази закладів ресторанного господарства для впровадження крафтового пивоваріння …… 48

ВИСНОВКИ…… 54

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…… 56

ВСТУП

Крафтове виробництво є унікальним явищем, що поєднує традиційні технології, індивідуальний підхід, регіональну самобутність та підприємницьку ініціативу.У сучасному ресторанному господарстві крафтові продукти, зокрема пиво, стали не просто частиною асортименту, а справжнім маркетинговим інструментом формування унікальної торгової пропозиції. Львівщина, з її багатими пивоварними традиціями, активною гастрономічною сферою та потужним туристичним потенціалом, займає особливе місце у національному крафтовому ландшафті. Це зумовлює необхідність комплексного дослідження ринку крафтового пивоваріння регіону, його динаміки, проблем і перспектив, а також аналізу ролі таких виробництв у сучасному ресторанному бізнесі. Актуальність теми зумовлена також викликами, з якими стикаються малі виробники у постпандемічний період, у контексті енергетичних криз та змін споживчої поведінки.

Метою кваліфікаційної роботи є обгрунтування теоретчних основ і розробка практичних рекомендацій щодо організації крафтового пивоваріння у закладах ресторанного господарства Львівської області. Досягнення цієї мети передбачає виконання таких завдань:

– розкрити сутність крафтового виробництва як сучасної моделі підприємництва у сфері ресторанного бізнесу;

– охарактеризувати особливості організаційної моделі крафтових виробництв;

– провести аналітичний огляд ринку крафтового пива на Львівщині; дослідити структуру та роль крафтових пивоварень у регіональному ресторанному середовищі;

– визначити інноваційні вектори розвитку крафтових технологій;

– запропонувати шляхи удосконалення матеріально-технічної бази для впровадження інновацій у крафтовому пивоварінні.

Предметом дослідження є організаційно-технологічні аспекти крафтових

виробництв та фактори вплив на якість послуг і конкурентоспроможність закладів ресторанного бізнесу. Об'єктом дослідження є пивоварні та заклади ресторанного господарства Львівської області.

Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи: аналіз і синтез, порівняльний аналіз, логіко-структурний підхід, статистичний моніторинг, кейс-метод, експертні оцінки, методи узагальнення та систематизації.

Робота спрямована на формування більш повного та чіткого поняття крафтового виробництва в межах ресторанного бізнесу, у формуванні системної класифікації крафтових пивоварень Львівщини. Розроблено авторські рекомендації щодо вдосконалення організації крафтового пивоваріння із застосуванням інноваційних технологій та оптимізації техніко-технологічного забезпечення.

Практична значущість отриманих результатів полягає в можливості їх безпосереднього застосування керівниками підприємств ресторанного бізнесу, які зацікавлені у впровадженні крафтових ліній у своїх закладах. Запропоновані у роботі рекомендації знайшли схвальні відгуки у керівництва закладу ресторанного господарства “NAŠE FARMA”.

За результатами дослідження опубліковано тези обсягом 0,1 друк. арк. за матеріалами міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти “Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення” (м. Львів, 29-30 травня 2025 р.).

Кваліфікаційна робота є завершальною стадією навчання і виконується з метою систематизації, закріплення, розширення теоретичних знань, поглибленого вивчення і вирішення здобувачем конкретних теоретичних та практичних питань професійної діяльності, глибшого оволодіння елементами самостійної дослідницької роботи.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота викладена на 55 сторінках, містить 9 таблиць та 4 рисунки. У списку використаних джерел вказано 38 позиції на 3 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ КРАФТОВИХ ВИРОБНИЦТВ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Поняття крафтового виробництва та його роль у ресторанному бізнесі

Крафтове виробництво (від англ. – ремесло) – це форма малосерійного або індивідуального виробництва, орієнтована на виготовлення продукції з високим рівнем якості, автентичності та унікальності, часто з використанням традиційних технологій, ручної праці та локальної сировини.

Крафтове виробництво у сфері гастрономії,є феноменом, що поєднує автентичність, локальну ідентичність та інноваційний підхід до створення продукту. На відміну від масового виробництва, крафтова модель характеризується обмеженим масштабом, значною часткою авторського підходу та підвищеною увагою до процесу виготовлення на кожному етапі.

Головною особливістю такого виробництва є акцент на індивідуальний підхід, творчу самореалізацію майстрів, використання натуральних, локальних або органічних сировинних компонентів, а також відмова від масового промислового стандартизованого виробництва. Крафтові виробники прагнуть зберегти традиційні технології, експериментують із рецептурами та методами, створюючи неповторний продукт, який відображає регіональні особливості, культуру і стиль життя.

У сучасній ресторанній справі крафт виступає не тільки як товар, а як частина маркетингової ідеології. Це явище включає побудову бренду, розробку оригінальної айдентики, організацію пивних подій (дегустацій, фестивалів), створення пивних карт із характеристиками смаків та гастрономічних поєднань. Таке розширення функцій крафтового продукту значно посилює його роль у

побудові споживчого досвіду [3].

Варто зауважити що, класифікація крафтових виробництв (табл. 1.1) базується на п’яти основних критеріях: вид продукції (харчові вироби, напої, нехарчова продукція), масштаб виробництва (мікро, малі та середні підприємства), ступінь індивідуалізації (повністю ручне, напівавтоматизоване з авторським контролем, серійне), сировинна база (локальна або змішана) та орієнтація на споживача (масовий або преміальний/нішевий крафт). Кожна категорія має свої особливості щодо обсягу, способу виготовлення, використаної сировини та цільової аудиторії [7].

Таблиця 1.1

Класифікація крафтових виробництв

Критерій	Категорія	Характеристика
Вид продукції	Харчові вироби	Крафтове пиво, сири, хліб, ковбаси, шоколад тощо
Вид продукції	Напої	Пиво, сидр, вина, настоянки, безалкогольні напої (комбуча, натуральні соки)
Вид продукції	Нехарчова продукція	Крафтове мило, косметика, свічки, текстиль, вироби з дерева/кераміки
Масштаб виробництва	Мікровиробництво	До 5 працівників, малий обсяг, переважно ручна праця
Масштаб виробництва	Малі крафтові підприємства	До 20 працівників, обмежений регіональний ринок
Масштаб виробництва	Середні крафтові підприємства	Більш автоматизовані виробництва, можливий вихід за межі регіону
Ступінь індивідуалізації	Повністю ручне виробицтво	Виготовлення продукції вручну без автоматизації
Ступінь індивідуалізації	Напівавтоматизоване з авторським контролем	Поєднання ручної роботит з автоматичними процесами, зберігається авторський підхід
Ступінь індивідуалізації	Серійне крафтове виробництво	Масове виробництво з індивідуальним підходом
Сировина	Локальна сировина	Використання виключно місцевої продукції і ресурсів
Сировина	Імпортована/змішана сировина	Поєднання локальних і закордонних інгрідієнтів
Орієнтація на споживача	Масовий крафт	Масштабований продукт із збереженням деяких унікальних рис
Орієнтація на споживача	Преміальний/нішевий крафт	Унікальні партії, авторські рецепти, обмежений доступ

Табл. 1.1 демонструє різноманітність крафтових виробництв за ключовими критеріями. Це підкреслює гнучкість і багатогранність крафтової сфери, яка

поєднує традиції, інновації та різні ринкові стратегії.

Крім того, крафтове виробництво сприяє розвитку локальної економіки, стимулює малі фермерські господарства, постачальників інгредієнтів, дизайнерів, склодувів і навіть програмістів, які створюють ПЗ для пивоварень. Такий мультиплікаційний ефект дозволяє розглядати крафтове пивоваріння як інструмент розвитку не лише ресторанного бізнесу, а й територіального брендингу.

Також крафтова модель виробництва підвищує економічну рентабельність закладу (через маржинальність продукту та лояльність клієнтів) і зміцнює емоційні зв'язки між споживачем і брендом. Це підтверджують кейси закладів у США, Німеччині, Бельгії, Польщі, а також у містах України, включаючи Львів, Київ, Харків.В нашому випадку,ми зосередилися на дослідженні крафтового пивоваріння в Україні,а саме у м.Львів та Львівській області [16].

У культурному вимірі крафтове пивоваріння стає формою популяризації пивної спадщини регіону. Львівщина має тривалу історію пивоварства, починаючи з XVI століття, коли з'явилися перші цехові пивоварні. Сучасні крафтові ініціативи дедалі частіше апелюють до цих історичних витоків, використовуючи архівні рецепти, реконструйовані стилі пива, історичну термінологію, що дозволяє сформувати глибший культурний контекст навколо продукту. У сучасному ресторанному господарстві України найбільш розповсюдженим є крафтове пивоваріння. Багато закладів поставили собі за мету впровадження крафтової продукції у свою повсякденну діяльність.

Крафтове пивоваріння включає в себе створення напоїв за авторськими рецептами, з використанням натуральних інгредієнтів і без надмірного втручання у технологічний процес. Для нього характерна обмеженість партій, інноваційність смаків, унікальність поєднань та персоналізоване ставлення до споживача. Це дозволяє забезпечити високу якість, диференціацію продукції та зміцнення емоційного зв'язку зі споживачем, що є особливо цінним у ресторанному бізнесі.

У ресторанному бізнесі крафтове пиво стало маркером концептуальної

автентичності, інструментом формування унікального іміджу закладу, а також способом налагодження взаємодії з локальною спільнотою. Заклади, які включають крафтове пиво у свій асортимент, отримують конкурентну перевагу на тлі стандартизованих ресторанів великих мереж. Крафт дозволяє закладам чітко позиціонуватись і формувати навколо себе спільноту постійних клієнтів.

Особливість крафтового пивоваріння полягає у відкритості до експерименту. Багато виробників впроваджують екзотичні інгредієнти – від лісових ягід до перцю чилі, експериментують з витримкою в бочках, застосовують бельгійські, британські, американські стилі або створюють власні. У ресторанному бізнесі це дозволяє адаптувати напої під фірмову кухню, сезонні страви або навіть під локальні гастрономічні традиції. Але все ж таки крафтова культура пивоваріння налічує декілька традиційних стилів, які є найбільш популярними серед виробників та споживачів (табл.1.2).

Таблиця.1.2

Порівняння популярних стилів крафтового пивоваріння [4]

Стиль / Характеристика	Бельгійський	Британський	Американський
Історичне підґрунтя	Глибока культурна спадщина	Пабна культура	Рух homebrewing (приготування у домашніх умовах)
Типові види	Dubbel, Tripel, Saison	Bitter, Porter, Stout	IPA, Double IPA, American Pale Ale
Смакові характеристики	Фруктовість, пряність	Баланс між солодом і гіркотою	Інтенсивна гіркота, хмелевий аромат
Хміль	Вторинне бродіння у пляшці	Класичні елі з верховим бродінням	Інноваційне, сухе охмелення
Міцність	Від 4,5 до 11%	Від 3,5 до 5,5 %	Від 4 до 12%
Підхід до виробництва	Відтворення та підтримка традиційних методів виробництва	Стандартне виробництво за традиційними методами +помірне додавання сучасних елементів	Акцент на новаторство у виробництві, запровадження раніше невідомих або малорозвинених способів виробництва

У табл. 1.2 порівняно три основні стилі крафтового пивоваріння – бельгійський, британський та американський за рядом характеристик. Бельгійський стиль вирізняється глибокими традиціями, складними смаками і

використанням вторинного бродіння. Британський стиль базується на пабній культурі, має збалансований смак. Американський стиль є найінноваційнішим – з акцентом на яскраву гіркоту, експериментальне охмелення та новаторські технології. Кожен стиль відображає культурні особливості регіону й підхід до пивоваріння – від традицій до експериментів.

У цьому контексті особливої уваги заслуговує зв'язок між крафтовим виробництвом та концепцією локальності, що в ресторанному бізнесі реалізується через використання регіональних інгредієнтів, співпрацю з місцевими постачальниками та популяризацію локальної кулінарної спадщини. Такий підхід дозволяє підвищити якість продукції, зменшити екологічний слід підприємства та сформувати емоційний зв'язок із територією, який споживач сприймає як автентичність і турботу. Місто Львів, з природно-кліматичними умовами та доступом до високоякісної сировини, є ідеальним середовищем для впровадження крафтової моделі в ресторанних закладах.

Окремого значення крафтове пивоваріння набуває у туристичних локаціях, де воно виступає як атракція. Пивні тури, пивні маршрути, дегустаційні сети – усе це розвиває новий напрям гастротуризму. Львівщина, з її потужною культурною базою та туристичним потоком, має виняткові умови для розвитку саме такого формату залучення гостей [7].

Не можна не враховувати й соціальну складову крафтового пивоваріння у ресторанному бізнесі. Багато крафтових пивоварень ініціюють благодійні акції, підтримують локальні мистецькі події, надають платформи для громадських ініціатив. Така активність формує позитивний імідж закладу не лише серед споживачів, але й у ширшому соціальному полі, роблячи його частиною культурного та громадського простору регіону.

Ще одним важливим елементом, що підсилює роль крафтового пивоваріння у закладах ресторанного господарства, є можливість створення унікального споживчого досвіду через екскурсії, відкриті пивоварні з оглядовими зонами, дегустаційні майданчики, освітні воркшопи. Коли клієнт має можливість побачити процес варіння пива, поспілкуватися з пивоваром,

скуштувати напій «із першого джерела» – це формує глибшу довіру до бренду й посилює лояльність до закладу. В умовах високої конкуренції на ринку HoReCa це стає важливою конкурентною перевагою. HoReCa – це стратегічно важливий канал збуту для крафтових та промислових пивоварень, що охоплює сегменти готелів (Hotels), ресторанів (Restaurants) і кафе (Cafés) [8].

З економічної точки зору, впровадження крафтового пивоваріння та інших крафтових продуктів у ресторанному бізнесі потребує початкових інвестицій, але дозволяє досягти високої рентабельності через встановлення преміальної ціни на продукт і зниження витрат на логістику. Додатковим джерелом доходів стають пивні тури, продаж брендованої продукції, участь у фестивалях та онлайн-бронювання дегустацій. Саме тому цей напрям стає привабливим для малого й середнього бізнесу

Ми погоджуємося з досить популярною думкою у суспільстві, що крафтове виробництво є важливим елементом креативної економіки. За класифікацією ЮНЕСКО, підприємства, які поєднують творчість, індивідуальність і підприємництво, створюють додану вартість завдяки культурному капіталу. Крафтова пивоварня в ресторані є прикладом такої структури: вона має обмежений масштаб, унікальний продукт, високу додану вартість і вплив на культурну самосвідомість.

Крафтове пивоваріння також стимулює крос-секторальну взаємодію між різними галузями. Зокрема, спостерігається посилення співпраці між аграрним сектором (постачання сировини), переробною промисловістю, дизайном, маркетингом, IT-сферою (цифрові платформи для збуту) та туристичною індустрією. Така міжгалузева кооперація створює синергійний ефект, що сприяє інноваціям, диверсифікації локальної економіки та формуванню стійких виробничих кластерів. Це дозволяє створювати спільні продукти – крафтові сети, тематичні вечері, лімітовані партії пива з додаванням локальних інгредієнтів. Такий підхід формує регіональну гастрономічну екосистему, в якій усі учасники виграють (рис.1.1).

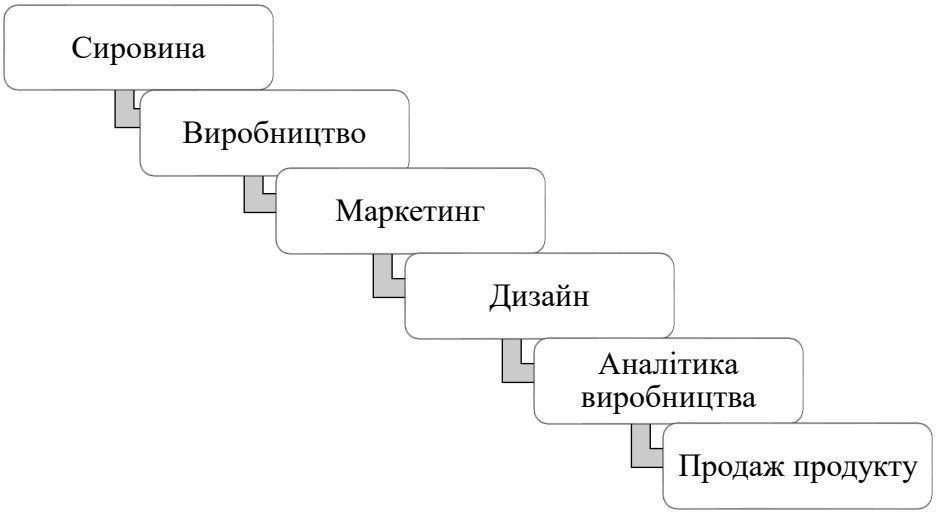

Рис.1.1 Схема взаємозв’язків у крафтовому виробництві [4].

На світовому рівні крафтове пивоваріння визнане частиною гастрономічної дипломатії. У країнах із розвиненою крафтовою культурою – Бельгії, Чехії, США – національне пиво є елементом культурного експорту, інструментом просування туристичного бренду. У випадку Львівщини, яка активно позиціонує себе як гастрономічний регіон, розвиток крафтового пивоваріння здатен не лише підсилити внутрішній ринок, а й стати частиною міжнародної туристичної стратегії.

Із розвитком крафтового пивоваріння змінюються й підходи до комунікацій у ресторанному середовищі. Ресторани не лише рекламують свої напої, а й розповідають історії про пивоварів, рецепти, історичні корені стилів пива. Створюються персоналізовані лінійки продуктів із назвами, що мають культурні алюзії або відображають локальні особливості. Така наративність дозволяє значно глибше впливати на споживача, викликати емоційний відгук і формувати довготривалі зв’язки.

У межах ресторанного господарства крафтове пивоваріння дедалі частіше позиціонується як частина концепції «slow food» – філософії усвідомленого споживання, що передбачає відмову від масового виробництва на користь унікальних, ручних, сезонних і місцевих продуктів. Це стає відповіддю на глобальну тенденцію екологічної й гастрономічної відповідальності, коли ресторани прагнуть бути не лише прибутковими, а й етичними, сталими,

соціально орієнтованими структурами. Саме крафт якраз і демонструє, що рентабельність може поєднуватися з цінностями.

Слід підкреслити, що розвиток крафтових пивоварень у ресторанах супроводжується зміною технологічного забезпечення. На відміну від промислових пивзаводів, де варіння є автоматизованим і стандартизованим, у крафтових умовах потрібна ручна праця, постійний моніторинг якості, гнучкість у налаштуваннях. Це вимагає інвестицій у сучасне обладнання (табл. 1.3) малого формату – мініпивоварні, лабораторні установки для контролю якості, резервуари для експериментального бродіння [1].

Згідно з класифікацією, запропонованою Європейською асоціацією мікропивоварів, крафтове виробництво має бути незалежним, обсяг виробництва – обмеженим (зазвичай до 500 тис. літрів на рік), і процес виробництва має перебувати під контролем пивовара, що є і власником, і ідеологом бренду. Такий підхід дозволяє зберігати гнучкість у прийнятті рішень і забезпечує відповідність продукції авторському задуму.

Таблиця 1.3

Основне обладнання для крафтової пивоварні

Назва обладнання	Функція
Солододробарка	Подрібнення солоду перед затиранням
Заторний бак (меш-тюн)	Затирання — перетворення крохмалю в цукри
Фільтраційний чан	Відокремлення сусла від дробини
Сусловарильний котел	Кип’ятіння сусла з додаванням хмелю
Вірпул (Whirlpool)	Відокремлення осаду (хмелю, білків) від сусла
Теплообмінник	Швидке охолодження сусла перед бродінням
Ферментер (бродильний бак)	Основне бродіння пива
ЦКТ (циліндро-конічний танк)	Професійна модель ферментера: дає змогу здійснювати як основне, так і вторинне бродіння
Карбонізаційний бак	Нагнітання CO_2 у пиво перед розливом
Пастеризатор	Термічна обробка готового продукту для збільшення терміну зберігання
Система санітарії CIP	Автоматичне очищення внутрішніх поверхонь обладнання

У табл. 1.3 наведено основне технологічне обладнання, що використовується у крафтовому пивоварінні, і відображає повний виробничий цикл – від підготовки сировини до пакування готового продукту [17], а саме:

– початковий етап – включає подрібнення солоду (солододробарка) та затирання, де крохмаль перетворюється на цукри;

– наступний етап – фільтрація сусла (фільтраційний чан), кип’ятіння з хмелем (сусловарильний котел) і очищення від осаду (вірпул);

– підготовка до бродіння – охоплює охолодження (теплообмінник) та ферментацію (ферментери, ЦКТ);

– завершальні стадії – включають карбонізацію, пастеризацію й санітарну обробку (CIP-системи), що забезпечує стабільність і безпечність пива.

Таким чином, таблиця демонструє логічно послідовний процес виготовлення пива та повний набір обладнання, необхідного для його ефективного і якісного виробництва в умовах крафтової пивоварні. Ціна такого комплекту для невеликої пивоварні (300-500л) може коливатися в межах 15 000–50 000 євро в залежності від автоматизації та виробника. І це без урахування додаткового обладнання та аксесуарів.[3]

Тож з фінансової точки зору вигідніше поєднувати у закладі ресторанного господарства пивоварню, гастрономічну кухню й простір для подій. Це дозволяє створити багатофункціональний заклад – не просто місце споживання, а соціальний осередок, де проходять лекції, дегустації, живі концерти, виставки. Такий підхід відповідає вимогам нової хвилі споживачів – покоління Z і міленіалів, які обирають не просто їжу, а досвід і спільноту [4].

Але у маркетинговому аспекті крафтове пиво є надзвичайно гнучким товаром, який легко адаптується до різних форматів: пляшкове, кеговий розлив, сувенірні упаковки, дегустаційні сети, фірмові подарункові набори. Це дає змогу ресторанам варіювати цінову політику, підлаштовуватись під різні сегменти цільової аудиторії та збільшувати частку повторних покупок. Усе це є ключовим для досягнення стійкого прибутку і довгострокової присутності на ринку.

Крафтові пивоварні також дедалі активніше інтегруються в систему місцевого самоврядування та економічного розвитку громад. На прикладі окремих міст Львівщини видно, що пивоварні виступають як елементи ревіталізації депресивних територій, індустріальних зон або історичних

будівель. Відкриття пивоварні часто означає активізацію локального ринку, створення нових робочих місць, розвиток суміжних послуг – від доставки до подієвого менеджменту.

Значний потенціал крафтового пивоваріння у ресторанному бізнесі відкривається через можливості франчайзингу. Деякі успішні пивоварні Львова вже почали розробку власних франшиз або партнерських програм для відкриття закладів у інших містах України. Це свідчить про перехід крафтового сегменту на новий етап – масштабування без втрати автентичності, чого вдається досягати завдяки стандартизації якості, навчальним програмам і корпоративній культурі.

Загалом, ресторанний бізнес, орієнтований на крафтове виробництво, може відігравати роль амбасадора регіональної ідентичності. У випадку Львівщини це означає популяризацію місцевих смаків, традицій, інгредієнтів і стилістичних рішень у подачі. Пиво в такому контексті стає елементом туристичної карти, культурного гіда й сувенірної продукції, що створює додаткові канали комунікації з туристами [5].

Зміни у споживчих вподобаннях також зумовлюють трансформацію асортименту. Крафтові пивоварні все частіше пропонують безалкогольні, безглютенові, низькокалорійні варіанти пива. Це дозволяє залучити ширшу аудиторію – зокрема, молодь, жінок, спортсменів і тих, хто дотримується спеціальних дієт. Ресторани, що адаптують своє меню до цих тенденцій, демонструють гнучкість і соціальну чутливість.

Останнім часом посилився тренд на екологічну відповідальність. У ресторанному бізнесі активно впроваджується практика "zero waste brewing" – мінімізація відходів через повторне використання побічних продуктів. Наприклад, дробину використовують для випічки пивного хліба, готування крекерів, кормів для тварин. Заклади формують повноцінні екосистеми, що поєднують пивоварню, кухню та фермерські господарства – це приклад циркулярної економіки на. У ресторанах із власним крафтовим виробництвом ці аспекти стають не лише частиною внутрішньої політики, але й маркетинговими інструментами – важливими для нової генерації свідомих споживачів [23].

Усе вищесказане свідчить про те, що крафтове пивоваріння вже перестало бути лише нішовим явищем – воно перетворюється на системне явище сучасної ресторанної індустрії. Його багаторівневий характер дозволяє одночасно відповідати на запити ринку, впливати на соціокультурний ландшафт регіону, формувати нові бізнес-моделі та трансформувати підходи до управління закладами харчування. Львівщина як один з провідних центрів гастрономічної культури України наочно демонструє, як крафтове виробництво може поєднувати в собі локальність, модерність і сталий розвиток.

1.2. Основні принципи організації крафтових виробництв у ресторанному бізнесі

Організація крафтових виробництв у ресторанному бізнесі потребує врахування низки специфічних принципів (табл.1.4), що відрізняють цю модель від класичного масового виробництва харчової продукції. Ключовим аспектом є акцент на автентичність, гнучкість, локальність та авторський підхід. Крафт у своєму фундаменті відкидає шаблонність і стандартизацію, натомість орієнтується на унікальний досвід для споживача, що вимагає особливої побудови виробничих і управлінських процесів [21]. Проаналізуємо більш детальніше вищезазначені принципи

Перший принцип – локальність – передбачає використання сировини місцевого походження. Для пивоварень це означає співпрацю з регіональними виробниками солоду, хмелю, води, спецій, а в деяких випадках – ягід, фруктів, меду тощо. Такий підхід не тільки скорочує логістичні витрати, а й посилює регіональну ідентичність продукту, дозволяє формувати унікальний смаковий профіль, що неможливо повторити в інших географічних умовах [6].

Таблиця 1.4

Основні принципи організації крафтового виробництва

№	Принцип	Зміст та особливості реалізації в ресторанному середовищі
1	Локальність	Використання місцевої сировини, підтримка регіонального виробника
2	Масштабованість із якістю	Збереження ручної роботи та технологічного контролю при розширенні
3	Авторська рецептура	Індивідуальні смакові рішення, прив'язані до концепції закладу
4	Відкритість виробництва	Прозорість процесу, дегустації, спілкування з пивоваром
5	Гнучка логістика та антивідходи	Мінімізація зберігання, переробка побічних продуктів
6	Інтеграція в маркетинг	Брендова айдентика, пивні карти, розповідь про напої
7	Інновації з повагою до традицій	Поєднання класики та новітніх технологій і інгредієнтів
8	Стратегія короткого циклу	Свіжість продукту, швидкий цикл «варіння–споживання»
9	Освітня діяльність	Пивні майстер-класи, лекції, воркшопи для клієнтів
10	Гіперлокальність	Робота з локальними кадрами, партнерами, сервісами
11	Регуляторна відповідність	Дотримання законодавства, ліцензування, контроль якості
12	Сталість і екосвідомість	Енергоефективність, упаковка, утилізація, zero waste
13	Взаємодія з клієнтом	Участь споживача у створенні, голосування, опитування
14	Культурна відповідальність	Участь у культурних подіях, підтримка локальних ініціатив

Другий принцип – масштабованість із збереженням якості. Крафтове виробництво, навіть при розширенні, не повинно втрачати свою ручну основу та контроль якості на кожному етапі. Для цього використовуються малі варильні системи, що дозволяють точно дотримуватись рецептури, підтримувати температуру, відстежувати час бродіння та інші параметри.

Третій принцип – авторська рецептура. Кожен продукт крафтової пивоварні має свій унікальний смаковий профіль, створений на основі поєднання досвіду, смакових традицій регіону, творчості та експериментів пивовара. У ресторанному форматі це дозволяє варіювати асортимент під сезонні продукти, гастрономічні тренди або концепцію меню. Саме така адаптивність робить крафтове пивоваріння ефективним інструментом гастроменеджменту [7].

Наступним четвертим принципом є відкритість виробничого процесу.

Багато крафтових ресторанів створюють прозорі варильні зали, де гість може спостерігати за процесом, спілкуватися з пивоваром, брати участь у дегустаціях. Це допомагає формувати довіру до продукту, підвищує лояльність клієнта, а також дозволяє розширити межі стандартного ресторанного сервісу, інтегрувавши елемент гастрономічної освіти. Бренди, які відкрито інформують клієнтів про склад, етапи виготовлення, санітарні умови та екологічні аспекти, демонструють високий рівень відповідальності та отримують більшу лояльність від аудиторії.

П’ятий принцип – гнучка логістика та мінімізації відходів. Крафтові виробництва, зоокрема виробники пива, здебільшого працюють за схемою «прямого постачання» – тобто продукт подається споживачу без тривалого зберігання. Це дозволяє уникати великих складських приміщень, знизити витрати, зменшити вплив на довкілля. Водночас, побічні продукти (наприклад, дробина) часто використовуються повторно – у харчуванні тварин, випічці або як добрива [32].

Шостий принцип – інтеграція у маркетингову стратегію закладу. Крафтове пиво не просто присутнє в меню – воно стає центральним елементом бренд-комунікації. Заклади розробляють спеціальні етикетки, пивні карти, організовують дегустаційні заходи, співпрацюють із блогерами, розповідають історії створення напоїв. Це дозволяє закладу створити власний «пивний голос» у конкурентному середовищі.

Сьомий принцип – інновація з повагою до традицій. Часто нові сорти створюються на основі історичних рецептів або стилів, але з додаванням сучасних технологій. Це дозволяє віднайти баланс між спадщиною та новаторством – важливу ознаку успішного ресторанного бренду, що поважає минуле, але дивиться в майбутнє [7].

У рамках ресторанного бізнесу також реалізується восьмий принцип стратегії короткого циклу виробництва – від варіння до подачі проходить мінімум часу, що дозволяє подавати максимально свіже пиво. Завдяки цьому формується новий стандарт якості та очікувань у споживачів, які звикають до

«живого», нефільтрованого продукту з яскравим ароматом і смаком.

Окрему увагу слід приділити дев’ятому принципу – важливість освітньої та просвітницької діяльності – у крафтових ресторанах часто проводяться дегустації, майстер-класи, воркшопи. Це перетворює ресторан у навчальний простір, формує навколо нього пивну спільноту, створює передумови для регулярного залучення клієнтів, які цінують не лише смак, а й знання, історію, культурний контекст продукту.

Через активне запровадження крафтового пивоваріння у закладах ресторанного господарства також реалізується десятий принцип-принцип гіперлокальності, коли не лише сировина, а й співробітники, послуги, партнери залучаються з найближчого оточення. Це створює економічний мікроклімат, підвищує відповідальність за якість на всіх етапах, сприяє взаємній підтримці малого бізнесу.

З огляду на інституційні чинники, важливо дотримуватись регуляторного принципу – забезпечення відповідності нормам санітарії, ліцензування, звітності. В Україні існує низка пільгових умов для малих пивоварень, однак заклади ресторанного господарства повинні ретельно дотримуватись правил обігу харчової продукції, що передбачає ведення документації, контроль якості та співпрацю з перевіряючими органами [8, 10, 11].

Екологічний підхід – один із базових аналізованих нами принципів крафтового виробництва, що передбачає відповідальне ставлення до ресурсів, мінімізацію шкоди довкіллю та впровадження сталих практик. У крафтових пивоварнях, сироварнях чи міні-цехах це реалізується через кілька важливих напрямів:

- енергоефективність (використання обладнання з низьким енергоспоживанням;
- утилізація та повторне використання відходів (дробина (відходи солоду) використовується як корм для худоби);
- мінімізація та екологізація упаковки (відмова від одноразової тари на користь скляних пляшок багаторазового використання);

- водозбереження (повторне використання технологічної води для миття підлоги або санітарних потреб.);
- використання локальної сировини (підтримує локальних фермерів, стимулюючи сталий розвиток регіонального агросектору);
- освітня роль та екологічна просвіта(Крафтові підприємства можуть доносити до споживача екологічні цінності через етикетки, меню, події (наприклад, «зелений тиждень» або дегустації zero-waste продуктів).

Ще одним ключовим принципом організації крафтового виробництва є орієнтація на споживача як активного учасника процесу створення продукту. Це передбачає постійне врахування смакових вподобань цільової аудиторії, залучення клієнтів до тестування новинок через дегустації та відкриті презентації, а також впровадження унікальних сезонних пропозицій, що відповідають очікуванням ринку. Проведення крафтових подій, таких як пивні вечори, сирні фестивалі чи zero-waste заходи, сприяє формуванню лояльної спільноти навколо бренду, зміцненню емоційного зв’язку зі споживачем та персоналізації досвіду взаємодії з продуктом.

Культурна відповідальність в нашому аналізі є завергальним принципом, але в загальній системі є важливим чинником формування ідентичності крафтового виробництва, особливо на регіональному рівні. Цей принцип передбачає активну участь виробника у збереженні, популяризації та розвитку локальної культури через безпосередню взаємодію з громадою. Виробники підтримують місцевих митців, ремісників, музикантів, популяризують регіональну ідентичність через дизайн упаковки, назви продуктів або спеціальні лімітовані серії. Така діяльність сприяє формуванню позитивного іміджу бренду як соціально відповідального, поглиблює зв’язок з місцевою громадою та зберігає культурну спадщину через гастрономічний вимір [18].

Особливо важливо, що практичне втілення цих принципів залежить від масштабу ресторану, концепції бренду та рівня підготовки управлінської команди. У Львівській області ці принципи вже реалізовуються провідними крафтовими закладами, що інтегрують локальні продукти, історичну спадщину

та інновації у свої пивоварні концепції, слугуючи прикладом ефективної організації гастрономічного простору.

Однією з переваг реалізації принципів організації крафтових виробництв у ресторанному бізнесі є їх універсальність і можливість масштабування без втрати якості та унікальності. Це дозволяє не лише створювати поодинокі успішні заклади, а й формувати кластери локального пивоваріння, що підтримують одне одного, розширюють асортимент, стимулюють конкуренцію та підвищують загальний рівень якості в регіоні. На прикладі Львівщини ми бачимо, як кілька крафтових пивоварень не змагаються, а доповнюють один одного, створюючи туристичну привабливість [17].

У підсумку, усі зазначені принципи – від локальності до сталості, від авторської рецептури до взаємодії з клієнтом – утворюють єдину цілісну систему, яка лежить в основі ефективної організації крафтового виробництва у межах ресторанного господарства. Саме поєднання технологічної майстерності, управлінської гнучкості, соціальної відповідальності та маркетингової чутливості дозволяє створювати заклади нового типу, здатні до стійкого розвитку, масштабування та інтернаціоналізації.

Загальний аналіз показує, що ефективна організація крафтового пивоваріння у ресторанному бізнесі вимагає не лише технічної досконалості, а й глибокого соціального, екологічного та культурного занурення. Багатогранність підходів дозволяє створити більш стійку, гнучку й конкурентну бізнес-модель, адаптовану до умов сучасного ринку.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ КРАФТОВИХ ВИРОБНИЦТВ ЛЬВІВЩИНИ

2.1. Огляд ринку крафтового пивоваріння Львівської області

Крафтове пивоваріння у Львівській області є одним із найдинамічніших напрямків малого підприємництва у сфері ресторанного господарства. Львівщина, маючи багаті історичні традиції у сфері пивоваріння, за останнє десятиліття трансформувала свою індустрію – від промислових пивзаводів до десятків малих крафтових пивоварень, що працюють на локальному ринку. Відповідно до даних Асоціації малих пивоварень України, станом на 2023 рік у регіоні функціонувало понад 25 активних крафтових пивоварень (рис. 2.1), з яких близько половини мають власні дегустаційні зали або функціонують при ресторанах [13].

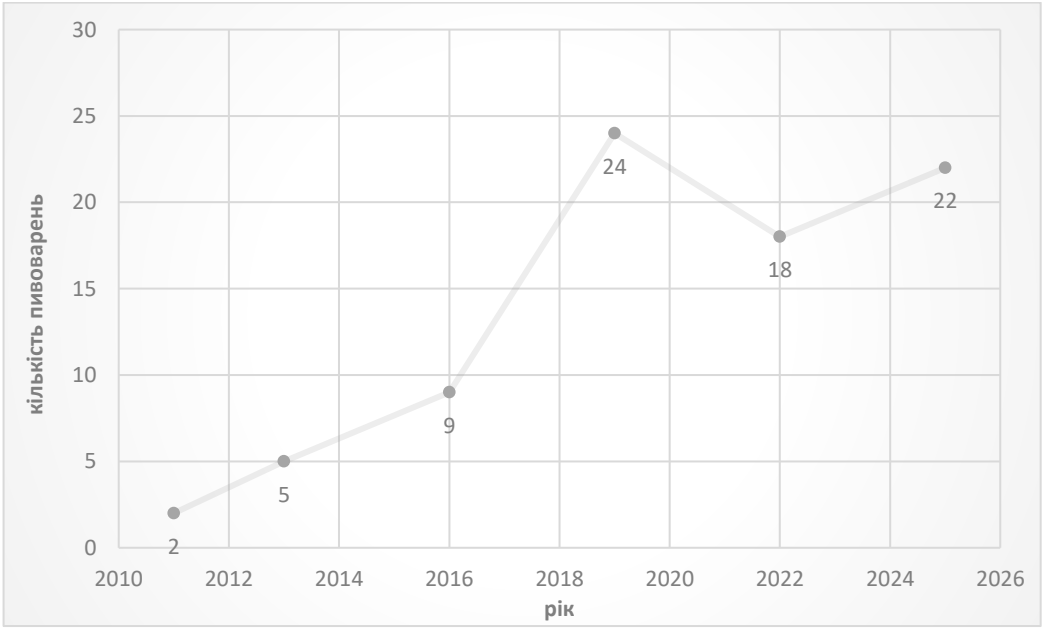

Рис.2.1 Динаміка зростання крафтових пивоварень у Львові (2010-2025) [13].

Ринок крафтового пива у Львівській області демонструє стійке зростання. За 2021-2023 роки загальний обсяг продажів у крафтовому сегменті регіону зріс приблизно на 35%, незважаючи на економічні виклики, пов’язані з пандемією та воєнним станом. Зростання обумовлене не лише збільшенням кількості пивоварень, а й розширенням асортименту, підвищенням якості продукції та ефективною комунікацією зі споживачами [2].

Згідно з дослідженням «Craft Beer in Ukraine 2023», середній обсяг виробництва однієї крафтової пивоварні Львівщини становить від 10 000 до 40 000 літрів пива на рік, а деякі (наприклад, «Правда Beer Theatre» або «Craft&Kumpel’s») перевищують і 80 000 л/рік завдяки потужній маркетинговій стратегії та туристичному трафіку. Це дозволяє говорити про поступову трансформацію мікровиробництв у стабільні бізнес-моделі з потенціалом масштабування.

Також за результатами вивчення ринку реалізації крафтового пива у Львівській області за 5 років (2019-2023 рр.) можна зрозуміти, що кількість реалізованого крафтового пива, досить стриманно та повільно, але з кожним роком росте (рис. 2.1).

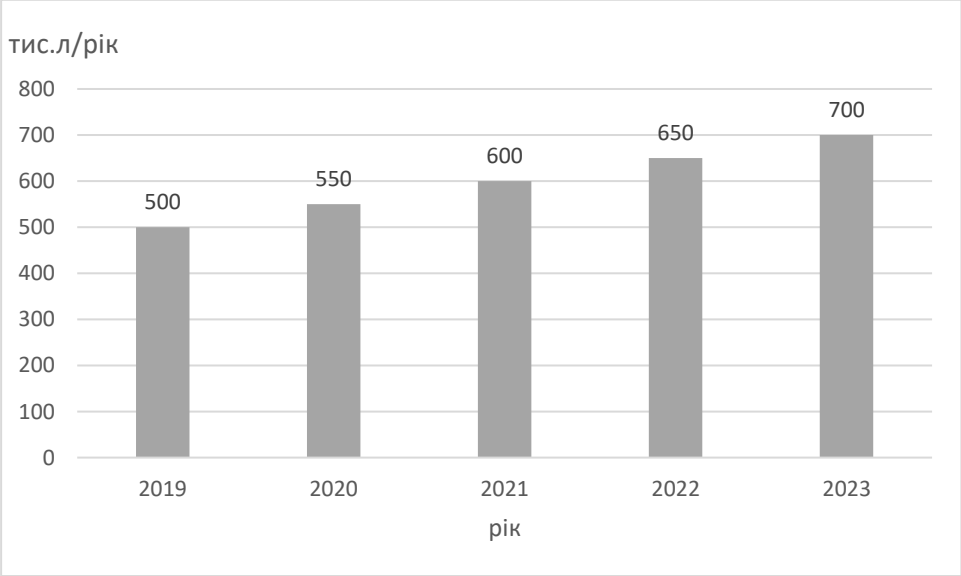

Рис. 2.2 Динаміка реалізації крафтового пива у Львівській області (2019-2023 рр.)

У контексті національного ринку Львівщина є лідером за кількістю закладів на 100 тис. населення: 3,4 проти 2,2 у м. Києві та 1,9 у м. Харкові. Такий показник обумовлений як історичною спадщиною, так і активною позицією локальних підприємців, які формують спільноту довкола пивної культури. У 2023 році на Львівщині працювало понад 40 крафтових об'єктів з реалізації, включаючи бари, фестивальні павільйони, гастропаби [16].

Крафтовий сегмент на Львівщині включає широкий спектр виробництв – від сімейних пивоварень, розрахованих на кілька сотень літрів пива на тиждень, до середніх підприємств, що обслуговують мережу закладів або працюють на експорт. Основними містами, в яких зосереджена найбільша кількість пивоварень, є Львів, Дрогобич, Трускавець, Стрий, а також селища поблизу туристичних маршрутів. Це пов’язано з високим туристичним потоком, гастрономічною культурою регіону та наявністю кваліфікованих кадрів

Оцінюючи загальну структуру ринку виробництва, можна виділити три основні типи крафтових пивоварень Львівщини:

1) мікропивоварні при ресторанах (до 10 тис. л/рік); (“Правда. “Beer Theatre”);

2) середні незалежні пивоварні (10–50 тис. л/рік), які працюють із HoReCa (Kumpel Brewery);

3) промислово орієнтовані крафт-виробники (понад 50 тис. л/рік), частково або повністю орієнтовані на зовнішні ринки (Lviv Brewery) [8, 14].

Крафтові пивоварні часто органічно інтегровані у структуру закладів ресторанного господарства, формуючи унікальні формати, такі як brewpub (заклад, який поєднує пивоварню та ресторан або паб, де пиво вариться на місці й одразу подається гостям), taproom (спеціально облаштоване приміщення при пивоварні, де відвідувачі можуть скуштувати пиво безпосередньо з виробництва, часто без кухні чи з мінімальним меню), гастропаб (поєднання ресторану та пабу, який пропонує високоякісну кухню разом із широким асортиментом напоїв (зокрема пива), зберігаючи невимушену, дружню атмосферу). У м. Львові вже діють декілька закладів вищезазначених форматів: brewpub (Правда, Beer

Theatre), taproom (Tsypa Craft Pub) та гастропаб (Rebernya&Pivarnya).

Такі формати є частиною концепції «від поля – до келиха» і демонструють прозорість процесу: від варіння до споживання. Власне виробництво в цих закладах дозволяє контролювати якість, знижувати логістичні витрати та пропонувати унікальний продукт. Це формує довіру до продукту, відкриває можливості для інтерактивного маркетингу та перетворює звичайний ресторан у живу платформу гастрономічного діалогу.

Відповідно до найвищих оцінок гостей [33] нами виокремлено 5 ключових закладів ресторанного господарства в структурі якого є крафтове пивоваріння, а саме: Правда. Beer Theatre, Tsypa Craft Pub, Rebernya&Pivarnya, Kumpel Brewery, Craft&Kumpel's.

Є декілька пунктів по яким варто оцінювати доцільність та успішність закладу крафтового виробництва,в нашому випадку саме пивоваріння, це: локація,концепція закладу, особливості, асортимент пива та атмосфера (табл.2.1).

Підсумовуючи наведене в табл. 2.1 дані можна виділити декілька головних відмінностей:

– Правда. Beer Theatre – найбільш комплексний простір з пивоварнею, культурними подіями, нагородами та високим туристичним трафіком;

– Tsypa Craft Pub – більше фокусується на пабній атмосфері та крафтовому пиві, комфорт для місцевих поціновувачів;

– Rebernya&Pivarnya – унікальна комбінація пивного пабу з акцентом на гастрономію, особливо страви з ребер;

– Kumpel Brewery – пивоварня з власним масштабним виробництвом, сильний технічний бік, орієнтована також на екскурсії та продаж пива;

– Craft&Kumpel's – поєднує крафтовий бар з асортиментом від Kumpel і інших виробників, сучасний і молодіжний простір.

Кожен з цих закладів безумовно має свою ідентичність, цінність та унікальність на ринку збуту крафтового пива та має право на існування.Саме за такими критеріями більшість туристів та місцеве населення оцінюють той чи

інший заклад [24].

Таблиця 2.1

Порівняльна характеристика 5 найпопулярніший закладів Львова

Заклад	Локація	Концепція	Асортимент пива	Особливості	Атмосфера
Правда. Beer Theatre	Центр міста	Пивоварня + паб + рестора	Власне крафтове пиво,великий вибір	24 міжнародні нагороди, власний духовий оркестр	Живі концерти, екскурсії по пивоварні
Tsypa Craft Pub	Центр міста	Паб з великим вибором крафту	Переважно українська продукція але є і закордонні бренди	Дегустації	Акцент на живе спілкування між гостями
Rebernya &Pivarnya	Центр міста	Паб + ресторан з акцентом на ребрах	Крафтове пиво,власна рецептура	Спеціалізація на стравах до пива(ребра)	Сімейний стиль, орієнтація на комфорт
Kumpel Brewery	Віддаленіший район Львова	Пивоварня з власним виробництвом	Акцент на експерементальні види пива	Велика виробнича база,є пивний магазин	Акцент на професійні дегустації та власне виробництво
Craft & Kumpel’s	Центр міста	Паб + крафт-бар	Асортимент з Kumpel Brewery + інші крафтові сорти	Комбіновановаий бар з акцентом на пиво із локальної сировини	Модерна атмосфера, часті події і вечірки

Також необхідно відзначити роботу цих закладів та і в загальному роботу ресторанного господарства у сфері розширення туристичних форматів: пивоварні організовують пивні тури, дегустації, майстер-класи, екскурсії на виробництво. У середньому такий тур триває від 2 до 5 годин, вартість – 350-600 грн/особа, і передбачає відвідання 3-4 крафтових пивоварень. Наприклад, пивна карта Львова включає понад 10 пивоварень, які є частиною екскурсійних маршрутів, а кожного року у м. Львові відбувається фестиваль Craft Beer & Vinyl Music Festival [19].

Згідно з результатами опитування туристів у 2023 році, 61% респондентів вважають крафтове пиво обов’язковим атрибутом візиту до м. Львова. Це

підтверджує цінність розвитку пивної індустрії не лише з комерційної, а й з культурно-туристичної точки зору. Згідно з даними Львівського туристичного офісу, 60% туристів, які відвідують крафтові ресторани Львова, витрачають на одну вечерю на 30-50% більше, ніж у звичайних ресторанах, що пояснюється не лише вартістю пива, а й бажанням отримати досвід: дегустацію, екскурсію пивоварнею, живу музику. Це свідчить про економічну доцільність впровадження пивоварного виробництва навіть у рамках невеликих гастробізнесів.

Загалом, враховуючи всі нюанси, ринок крафтового пива в Україні демонструє позитивну динаміку. У 2023 році вітчизняне виробництво крафтового пива збільшилося на 19% порівняно з попереднім роком. За перші 9 місяців 2024 року обсяг виробництва пива в Україні зріс на 5% порівняно з аналогічним періодом 2023 року, досягнувши 110 млн декалітрів. Важливо відзначити, що частка крафтового пива в загальному ринку пива Львівщини ще не перевищує 5-7%, однак темпи зростання дозволяють прогнозувати подвоєння частки до 2027 року. Для порівняння: у Республіці Польща частка крафтового пивоваріння становить понад 15%, у Чехії – понад 12%, а у США – понад 27%, що свідчить про потребу безперервного розвитку та значний потенціал зростання українського сегменту [19].

Сегментація споживачів на ринку Львівщини показує, що основною аудиторією крафтових пивоварень є молодь віком 25-40 років, з вищою освітою, середнім і вище рівнем доходу, орієнтована на якість і досвід. Для цієї категорії важливим є не лише смак, а й історія продукту, бренд, сервіс, дизайн етикетки. Це накладає додаткові вимоги до закладів, які прагнуть позиціонувати себе як крафтові. У відповідь на зміщення уподобань споживачів у бік індивідуалізованих і преміальних продуктів, крафтові пивоварні Львівщини почали активно впроваджувати концепцію пивного досвіду як комплексної послуги. Це означає, що споживач отримує не лише напій, а й емоцію, історію створення, професійну подачу, тематичний простір. Наприклад, у закладі Tsypa Craft Pub формують дегустаційні сети по 4-6 сортів пива з авторськими описами

й поєднанням із їжею. Ціна такого набору в середньому коливається від 150 до 280 грн, що робить його доступним для середньостатистичного відвідувача та водночас формує імідж високої якості [17].

Економічні показники підтверджують вигідність крафтової інтеграції у ресторанний бізнес. За підрахунками фахівців, у середньому рентабельність ресторану з пивоварнею вища на 18-22%, ніж у класичного закладу того ж цінового сегменту. Це пов’язано з нижчими витратами на закупівлю, більшими націнками на продукцію та можливістю організовувати тематичні заходи без додаткових витрат. Економічна ефективність крафтового виробництва у межах ресторанного господарства оцінюється за такими показниками [1, 2]:

1) рентабельність (прибутковість виробництва та реалізації – показує ефективність використання ресурсів);
2) чистий прибуток (фінансовий результат після усіх витрат і податків);
3) собівартість (вартість виготовлення 1 літра пива);
4) точка беззбитковості (мінімальний обсяг виробництва для покриття витрат);
5) період окупності (час, за який повертаються вкладені інвестиції);
6) ефективність інвестицій з урахуванням часу (дисконтовані показники);
7) Обсяг виробництва (кількість пива, що виготовляється за період.)
8) обсяг реалізації (фактичний продаж продукції).

Середня собівартість 1 літра крафтового пива (без урахування акцизу) становить 20-28 грн, тоді як середня ціна реалізації – 65-90 грн за літр. Таким чином, рівень рентабельності, залежно від масштабів і обсягу продажів, може коливатись у межах 40-60%, що є суттєво вищим за показники промислового пивоваріння [15, 16].

Дані локального опитування (2023) проведені місцевими активістами серед власників 12 крафтових пивоварень Львівської області, засвідчили, що основними факторами успіху підприємств є: якість продукції (98% відповідей), атмосфера закладу (91%), маркетинг (82%) і гнучкість до змін (79%). Серед основних потреб – державна підтримка, просвітницькі кампанії, професійна

освіта [14].

У 2023 році в Україні виробництво крафтового пива зросло на 19%, що свідчить про зростаючий інтерес до цього сегменту (табл. 2.2). Незважаючи на вищу собівартість, крафтові пивоварні можуть досягати високої рентабельності завдяки унікальним рецептурами та лояльним споживачам не тільки в межах України, а й за кордоном [13].

Таблиця 2.2

Порівняння рентабельності пивоваріння за основними параметрами в Україні

Параметр	Промислове пивоваріння	Крафтове пивоваріння
Масштаб виробництва	Високий	Низький
Собівартість	Низька	Висока
Ціноутворення	Низька	Висока
Рентабельність	Висока	Висока

Як і було вище сказано, ринок Львівщини показує позитивну динаміку й у плані експорту. Станом на 2023 рік декілька крафтових пивоварень (зокрема Правда. Beer Theatre, Tsypa Craft Pub, Craft&Kumpel's) здійснювали експорт до Польщі, Німеччини, Чехії, Литви та Словаччини. Основні труднощі тут – митне оформлення, акцизна політика та маркування, однак завдяки підтримці експортних хабів і участі у виставках ситуація поступово поліпшується [16].

Значну роль у цьому відіграє цифрова комунікація. Практично кожна пивоварня має присутність у соціальних мережах (Instagram, Facebook), де розповідає про процес варіння, новинки, історії працівників. Бренди ведуть телеграм-канали, знімають відеоблоги, використовують YouTube як платформу для навчального контенту (наприклад, як правильно дегустувати IPA або в чому різниця між лагером і стаутом). Такі цифрові інструменти дозволяють створити живу комунікацію з аудиторією, збирати дані про вподобання клієнтів, коригувати асортимент у реальному часі.

Також крафтові пивоварні дедалі частіше впроваджують елементи кооперації – між собою, а також з закладами харчування, виноробнями, сироварнями, кав'ярнями. Наприклад, створюються лімітовані колаби, як-от

стаут на основі обсмаженої кави або бельгійський ель із додаванням гуцульських трав. Такі продукти дозволяють охопити нові цільові аудиторії, підвищити інформаційний шум навколо бренду і вивести його на регіональний або національний рівень.

Для глибшого аналізу обраних нами суб'єктів ринку здвйснено їх класифікацію (табл. 2.3). Такий формат не лише структурує класифікацію за масштабами, а й дає змогу виявити особливі функції кожного типу пивоварень у гастрономічній екосистемі регіону [5].

Таблиця 2.3

Класифікація крафтових пивоварень м.Львова

Тип пивоварні	Обсяг виробництва, тис. л/рік	Основна модель реалізації	Приклади закладів
Мікропивоварні при ресторанах	до 10	Споживання у закладі, дегустації, пивні сети	Tsypa Craft Pub, Craft&Kumpel's
Середні незалежні крафт-виробництва	10-50	Постачання в HoReCa, локальні бари, магазини	Kumpel Brewery
Промислові крафт-пивоварні	+50	Експорт, регіональні мережі, оптова дистрибуція	Правда. Beer Theatre

У процесі аналізу варто також згадати цінову структуру. Як показали результати дослідження, середня роздрібна ціна пляшки 0,5 л крафтового пива у м. Львові коливається в межах 60-85 грн, тоді як у гастропабах вартість келиха пива становить від 85 до 130 грн, залежно від сорту, бренду та місця продажу. У ресторанах середнього класу частка пива власного виробництва в загальній виручці зросла з 12% у 2018 р. до 28% у 2023 р., що свідчить про поступове посилення позицій пивного сегменту.

Особливою ознакою крафтового ринку Львівщини є концентрація творчих рішень і гастрономічного експерименту. Наприклад, деякі виробники впроваджують барельну витримку (це процес дозрівання пива у дерев'яних бочках (зазвичай з дуба), які раніше використовувалися для витримки інших алкогольних напоїв: віскі, рому, вина тощо), пиво з додаванням шоколаду, ягід тощо. Такі технології підвищують вартість продукту, але також збільшують його унікальність і престижність серед цільової аудиторії. За оцінками маркетологів,

близько 30-35% гостей крафтових закладів шукають саме нестандартні смаки, а не більш класичні та звичні для споживача [18].

Ринок крафтового пива також відзначається високим рівнем гнучкості та адаптивності**.** Багато виробників змінюють рецептури залежно від пори року, свят або запитів клієнтів. Деякі запускають краудфандингові кампанії, щоб визначити популярність нового сорту ще до його запуску в комерційне виробництво. Такий підхід дозволяє не лише зменшити ризики, а й створити спільноту навколо бренду.

Позитивною тенденцією є залучення жінок до пивної культури. Якщо ще 10 років тому споживання пива жінками вважалося маргінальним явищем, то нині близько 37% клієнтів крафтових закладів м. Львова – це жінки, які обирають фруктові елі, кислі сорти (sour), пшеничні стилі. Це відкриває нові горизонти для пивного дизайну, маркетингу, асортиментної політики [20].

Одними із важливих складових успішного розвитку ринку є:

1) вплив на зайнятість населення та локальну економіку. За підрахунками економістів Львівського торгово-промислового об’єднання, кожна крафтова пивоварня, що виробляє понад 10 тис. літрів пива на рік, створює від 5 до 12 прямих робочих місць, а також до 20 непрямих – у логістиці, дистрибуції, упаковці, дизайні, агросекторі. З урахуванням приблизно 25 активних пивоварень у регіоні, загальна зайнятість у пов’язаному сегменті може досягати понад 500 осіб, що свідчить про соціальну значущість галузі [26];

2) взаємодія з локальними постачальниками сировини. Хоча значна частина хмелю та спеціальних солодів імпортується (з Німеччини, Чехії, США), понад 40% сировинної бази формують українські підприємства: солодовні в Чернігівській, Полтавській, Івано-Франківській областях. Локальні постачальники меду, фруктів, ягід, спецій і навіть дикоросів дедалі активніше інтегруються у виробничий ланцюг, стимулюючи розвиток малого агросектору;

3) розвитку малого бізнесу в інших галузях. Наприклад, розширюється виробництво фірмових келихів, дерев’яних підставок, одягу з логотипами брендів, що стимулює розвиток локального дизайну, кераміки, текстилю. Усе це

сприяє зростанню доданої вартості, яку генерує один крафтовий заклад – вона не обмежується лише обсягом реалізованого пива, а охоплює весь спектр супутніх товарів і послуг [22];

4) вплив крафтової культури на урбаністичний ландшафт м. Львова. Багато пивоварень, особливо мікропивоварні, відкриваються у колишніх промислових приміщеннях або історичних будівлях. Це дозволяє реалізувати концепцію ревіталізації міських просторів – старі об'єкти набувають нового життя, перетворюючись на арт-простори, гастропаби або дегустаційні зали. Прикладами таких об'єктів є «Лемберг», що розміщується у приміщенні старого складу, або «2085», відкритий у колишньому кінотеатрі.

Водночас при багатьох позитивних показниках розвитку ринку наявні і ризики та бар'єри для подальшого його зростання. Серед ключових – відсутність спрощених процедур ліцензування для малих пивоварень, високий рівень акцизного навантаження, нестабільність валютного курсу (що ускладнює імпорт сировини), а також фрагментарність правового регулювання (особливо щодо стандартизації й сертифікації). За даними дослідження Асоціації крафтових пивоварень, 73% респондентів вказали на регуляторні труднощі як основну перешкоду для масштабування бізнесу [21]. Однак більшість пивоварень навчилися працювати в умовах волатильного ринку, зокрема – через диверсифікацію сировинних поставок, спрощення рецептур, перехід на локальних постачальників.

Актуальною також залишається проблема формування споживчої культури. Близько 62% опитаних у м. Львові у 2023 році не змогли відрізнити крафтове пиво від промислового за дегустаційними характеристиками, багато споживачів не знайомі із специфічними термінами. Це свідчить про необхідність продовження освітньої кампанії, розвитку пивної грамотності, співпраці з ЗМІ, освітніми закладами, гідами.

Попри всі труднощі, власники місцевих закладів ресторанного господарства зберігають оптимізм і продовжують вірити в успішне та стабільне майбутнє своїх закладів. Слід зауважити, що ринок крафтового пивоваріння

Львівської області є прикладом інноваційного, соціально значущого і культурно орієнтованого сектора малого підприємництва. Його цінність полягає не лише в обсягах реалізації, а в здатності створювати додану вартість, трансформувати гастрономічні практики, підтримувати креативні галузі й формувати нові стандарти якості обслуговування та взаємодії з гостем.

2.2. Характеристика крафтового пивоваріння у структурі ресторанного господарства Львівщини

Крафтове пивоваріння в межах ресторанного господарства Львівщини посідає особливе місце, оскільки поєднує функції харчового виробництва, туристичної атракції та культурного осередку. Ресторани з власним пивоварним виробництвом дедалі частіше стають самодостатніми об’єктами гастрономічної інфраструктури – вони не просто пропонують страви й напої, а створюють повноцінний «пивний досвід», що включає авторські рецептури, елементи шоу, інтер’єр, анімацію та взаємодію з гостем [24].

У структурі ресторанного ринку Львівщини крафтові пивоваріння представляють приблизно 6-8% загальної кількості ресторанів середнього та вищого цінового сегменту (за даними дослідження HoReCa Review 2023). Попри відносно невелику кількість, їхній вплив значно більший через вищу середню тривалість візиту, більший чек, а також високий рівень повторних відвідувань. Такі заклади зазвичай поєднують кухню з авторськими сортами пива, створюючи унікальну гастрономічну пропозицію, що важко масштабувати у класичному мережевому форматі.

Формально ресторани з пивоварнями у Львівській області поділяються на три основні категорії (визначення яких, вже було згадано вище в роботі):

1) Brewpub – пивоварня при ресторані з повноцінним меню (наприклад,

Правда. Beer Theatre, Kumpel Brewery);

2) Taproom – пивний бар із дегустаційним залом без повноцінної кухні (Tsypa Craft Pub);

3) Гастропаб з варильним цехом – заклади, де кухня інтегрується з пивною концепцією тематично (наприклад, «Rebernya&Pivarnya») [25].

Основна особливість таких закладів – інтеграція пивоваріння в бізнес-модель. Пиво не закуповується зовні, а виробляється на місці, що дозволяє контролювати всі технологічні процеси, зменшити витрати на логістику, пропонувати клієнтам свіжий продукт і формувати власну пивну айдентику. За підрахунками галузевих експертів, собівартість літра пива при виробництві у ресторані нижча на 20-25%, ніж у випадку закупівлі готової продукції.

Створення невеликої мікропивоварні при ресторані з варильною системою на 300–500 літрів обійдеться приблизно в 20-30 тис. доларів США, включаючи обладнання, ліцензування та початкову закупку сировини (рис. 2.3). Але окупність проекту за умови стабільного попиту може становити від 18 до 24 місяців, особливо в туристично активних районах Львова та Карпат. Нижче подано графік, який наочно демонструє, яка частина обладнання була найбільш фінансово витратною у 2023 році [29].

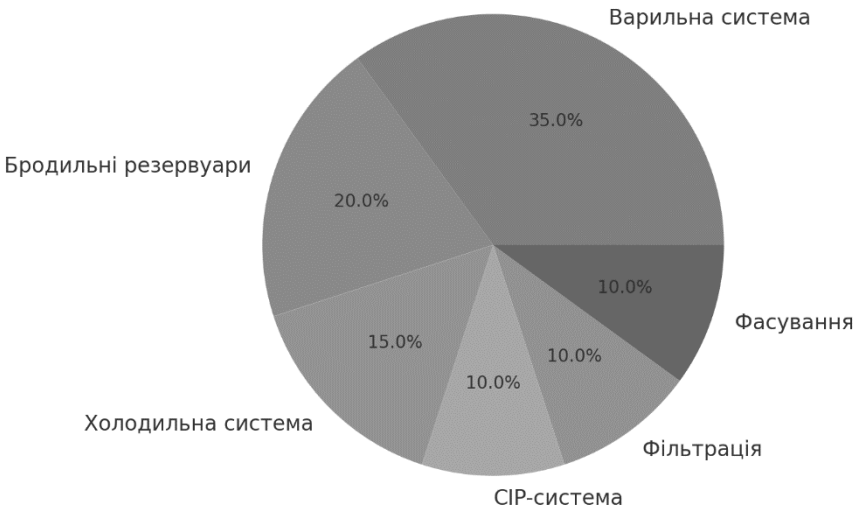

Рис. 2.3 Структура витрат на пивоварне обладнання (узагальнена вартість).

З економічної точки зору, власна пивоварня в ресторані може приносити до 30% загальної виручки, за умови правильної маркетингової стратегії та стабільного туристичного потоку. Для порівняння: в класичних ресторанах, де алкоголь закуповується, маржа на пиво становить у середньому 50–60%, тоді як у крафтовому закладі – до 150-180%, завдяки низькій собівартості власного виробництва.

Успішна реалізація крафтового пивоваріння в межах ресторанного господарства неможлива без наявності сучасної та функціональної матеріально-технічної бази. Її складовими є не лише варильне обладнання, а й комплекс інфраструктурних рішень, які забезпечують ефективність технологічного процесу, безпеку, економічну доцільність та відповідність до норм санітарії У табл. 2.4 нижче наведено ключові елементи матеріально-технічного забезпечення, які є критично необхідними для ресторанного крафтового пивоваріння [28].

Таблиця 2.4

Основні компоненти матеріально-технічної бази для крафтового пивоваріння в ресторанах

№	Елемент	Призначення	Орієнтовна вартість, євро
1	Варильна система (300–500 л)	Основний етап затирання та кип’ятіння	18 000–45 000
2	Бродильні резервуари	Ферментація та дозрівання пива	5 000–12 000
3	Холодильна система (гліколь)	Підтримка температури	3 000–7 000
4	CIP-система	Автоматичне миття	2 000–4 000
5	Фільтраційний модуль	Очищення пива	1 500–3 500
6	Кегові або пляшкові лінії	Фасування	5 000–10 000

Насамперед, слід зазначити важливість вибору варильного обладнання. Для ресторанів потрібно вибирати мініпивоварні потужністю від 150 до 500 літрів за цикл. Популярними серед українських рестораторів є установки від виробників Brewiks (Словенія), Speidel (Німеччина), а також вітчизняні аналоги, як-от «Крафтіндустрія». Середня вартість базового комплекту (варильний котел, бродильні ємності, охолоджувачі) становить від 18 до 45 тис. євро.

Другим критично важливим компонентом є холодильне обладнання – як

для процесу бродіння, так і для зберігання готового продукту. За технологічними нормами, пиво має витримуватись при температурі +2...+5 °С. Для цього потрібні сучасні камери охолодження, танки-бритвильники, а також системи гліколевого охолодження з підтримкою стабільної температури у ферментерах.

Удосконалення матеріально-технічної бази передбачає також санітарно-гігієнічну інфраструктуру: дезінфекційні ванни, CIP-системи для автоматичного миття ємностей, фільтраційні блоки. Наявність таких елементів дозволяє дотримуватись HACCP-системи безпеки харчової продукції, яка є обов'язковою для ліцензованої діяльності у харчовому виробництві [30].

Важливим напрямом удосконалення є інформаційно-аналітичні системи моніторингу виробництва. Впровадження автоматизованих рішень – від простих температурних датчиків до повноцінного ПЗ типу BrewMan або Brewplanner – дозволяє не лише відстежувати процеси в режимі реального часу, а й аналізувати витрати сировини, планувати обсяги виробництва та мінімізувати ризик помилок. У контексті обмежених площ у багатьох ресторанах постає питання оптимізації простору. Сучасні модульні рішення дають змогу розміщувати пивоварню вертикально, з використанням двох рівнів: варильна установка внизу, а бродильні резервуари – над нею. Така компоновка зменшує потребу у площі до 25 м², що є оптимальним для більшості міських гастропабів

Варто звернути увагу на те, що кадрова політика у крафтових ресторанах має стратегічне значення. Персонал проходить спеціальне навчання – від технології виробництва до основ фудпейрингу (поєднання пива з їжею). Заклади організовують щомісячні тренінги, співпрацюють із пивними школами або проходять стажування за кордоном [29]. Більшість з них вже розпочали власні освітні ініціативи: партнерство з профтехучилищами, організація курсів для пивоварів, сертифікаційних програм. Деякі бренди (як-от Правда. Beer Theatre чи Kumpel Brewery) мають навіть внутрішні пивні школи, де нові працівники проходять навчання протягом 1-2 місяців перед тим, як стати повноцінною частиною команди.

У структурі маркетингу таких ресторанів крафтове пиво виконує роль ядра

бренду. Саме пивні лінійки формують впізнаваність, історії бренду, комунікацію із ЗМІ, рекламу. Заклади активно працюють з візуалом, створюють унікальні етикетки, використовують QR-коди для опису рецептури, формують спеціальні дегустаційні набори [33]. Крафтові пивоварні-ресторани також активно розвивають напрям корпоративного івентингу: дегустації для бізнес-клієнтів, закриті заходи, запуск пива під замовлення. Наприклад, вартість пакету «крафтовий день народження» у закладах м. Львова – від 1500 грн/особа, що включає тур виробництвом, фудпейринг і авторський мерч. Це розширює аудиторію та створює нові джерела прибутку.

Крім прибутковості, крафтові ресторани мають високий рівень лояльності клієнтів. Нами було проведено опитування серед відвідувачів 5 крафтових пивоварень м. Львова, і було встановлено близько 68% респондентів відвідують той самий заклад не менше 1 разу на місяць, з яких 23% – щотижня. Це пояснюється не лише якістю пива, а й атмосферою, сервісом, подієвим наповненням (квізи, жива музика, тематичні вечори). Гості обирають той чи інший заклад за атмосферою, розташуванням, різноманітністю крафтового пива та філософію закладу ресторанного господарства.

Не менш важливим є вплив на ресторанну культуру загалом. Крафтові пивоварні є передовими у сфері тренду на оригінальність, якості, відкритості з гостями. Їхній приклад наслідують класичні ресторани, які теж починають створювати дегустаційні меню, співпрацювати з локальними виробниками напоїв, змінюють підхід до комунікації з гостем. Вони формують спільноти навколо бренду – з лояльних гостей, пивних ентузіастів, місцевих мешканців, а також співробітників, які відчувають свою причетність до унікального продукту. У м. Львові це особливо помітно у таких закладах як Правда. Beer Theatre, Tsypa Craft Pub , Kumpel Brewery які мають власні лояльні клуби клієнтів.

Особливістю львівських крафтових ресторанів є їх спеціалізація на регіональній кухні у поєднанні з локальними сортами пива. Це дозволяє не тільки підсилити автентичність бренду, але й створити новий рівень гастрономічного досвіду, який приваблює туристів. Наприклад, до традиційних

страв галицької кухні – баношу, шпекавиц, карпатської форелі – пропонуються спеціально підібрані сорти, як-от медовий ель, бельгійський блонд або карамельний стаут.

Крім того, інтеграція пивоваріння у ресторанну структуру змінює вимоги до простору та дизайну інтер'єру. Якщо раніше пивоварня розташовувалася в підвалі чи технічній зоні, то сьогодні її переносять у візуальну частину залу. Скляні перегородки, відкриті варильні котли, запах солоду й хмелю створюють мультисенсорне середовище, що формує особливу атмосферу присутності у «живому» виробництві [39].

Слід відзначити і зростання популярності форматів take-away та доставки крафтового пива з ресторанів. Під час пандемії COVID-19 ресторани були змушені адаптуватися: вони почали фасувати пиво у скляні пляшки та алюмінієві банки, продавати його через власні сайти або спеціалізовані мобільні застосунки. У 2023 році цей формат зберіг свою актуальність – близько 28% реалізації в деяких закладах припадає саме на доставку. Варто зазначити й освітню роль цих закладів. Крафтові ресторани стають базами для стажування студентів кулінарних і туристичних спеціальностей, проводять воркшопи для шкільної молоді, організовують публічні лекції про культуру пиття. Це формує нову генерацію відповідальних споживачів і потенційних працівників індустрії [37].

Успішна реалізація крафтового пивоваріння у ресторанному бізнесі Львівщини також потребує взаємодії з місцевою владою та бізнес-асоціаціями. Важливу роль тут відіграють міські програми підтримки малого підприємництва, зокрема надання пільгових умов оренди, субсидій на модернізацію обладнання та промоцію через туристичні канали. Зокрема, у 2023 році Львівська міська рада виділила 1,2 млн грн на підтримку гастрономічного туризму, частина з яких спрямована на пивні ініціативи.

Серед кращих практик співпраці можна назвати проєкт «Львівське пиво: від історії до сучасності», що реалізується у партнерстві з історичним музеєм, департаментом туризму та 8-ма крафтовими ресторанами міста. Програма включає не лише екскурсії, а й історичні реконструкції, квести, дегустації, чим

залучає нову цільову аудиторію – молодь та освічених туристів [32].

Завдяки всім переліченим чинникам, пивоварні-ресторани мають високий потенціал до масштабування. Це підтверджують кейси франшизного розвитку, зокрема Tsypa Craft Pub та Kumpel Brewery, які вже відкрили заклади в інших містах України. Пивоваріння як частина ресторанної концепції може бути успішно масштабоване за наявності чітких стандартів якості, уніфікованого технологічного процесу та адаптивної маркетингової стратегії.

Проте розширення можливе лише за умови збереження автентичності та локального характеру продукції. Саме «місцева історія» – і в прямому, і в метафоричному сенсі – є основою лояльності споживача. Це підтверджує і практика європейських brewpub-мереж, які при масштабуванні зберігають унікальну рецептуру, дизайн, філософію бренду, змінюючи лише логістику й комунікаційні платформи.

Ще одним важливим індикатором ефективності інтеграції крафтового пивоваріння у ресторанний бізнес є показник середнього чеку. За даними маркетингової агенції GastroStat, у 2023 році середній чек у ресторанах із власним пивом був на 22% вищим, ніж у закладах без пивоварні. Це пояснюється не лише дорожчими напоями, а й розширеною гастропропозицією, подієвим наповненням, а також підвищеною доданою вартістю бренду.

Підсумовуючи можна сказати, що дуже показовим є те, що навіть у кризових умовах, зокрема під час енергетичних перебоїв чи інфляційних хвиль, ресторани з власними пивоварнями демонструють більшу стійкість до змін, оскільки мають гнучкий виробничий цикл, локальні постачання, широку клієнтську базу. За даними Асоціації готельно-ресторанного бізнесу, близько 78% таких закладів м. Львова працювали без зупинок навіть у найскладніші періоди 2022–2023 років.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ КРАФТОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

3.1. Впровадження інноваційних трендів крафтових технологій

Дослідження практики крафтового пивоваріння у закладах ресторанного господарства дало нам можливість виявити такі ключові інноваціні тренди на які варто звернути увагу та впроваджувати у сучасну систему. У сучасному ресторанному господарстві впровадження інноваційних технологій у крафтове пивоваріння є не лише вимогою часу, а й потужним інструментом конкурентної боротьби. З огляду на динамічне зростання попиту на унікальні гастрономічні враження, власне виробництво напоїв і страв у межах ресторану стане осередком технологічного й творчого розвитку. Інновації торкаються не лише обладнання чи інгредієнтів, але й процесів управління, маркетингу та комунікації.

Однією з ключових тенденцій є модернізація пивоварного обладнання – перехід від класичних варильних установок до автоматизованих мінібрюварень, які дозволяють підтримувати сталу якість продукту при мінімальних витратах людського ресурсу. Сучасні моделі, які повинні бути включені в сучасний розвиток крафтового пивоваріння, такі як Speidel, Brewiks, Brewtools, мають інтегровані ПЗ для моніторингу температур, тиску, часу витримки та можливості дистанційного управління. У середньому, інвестиція у таку систему становить від 10 до 25 тис. євро, однак вона окупається за 1,5-2 роки завдяки зниженню втрат і стабільній якості продукту [20, 36].

Наступним інноваційним трендом є використання нетрадиційних інгредієнтів. Наразі серед найбільш популярних у Львівських крафтових ресторанах є лісові ягоди, гречаний мед, квіти бузини, лактоза, спеції (імбир,

гвоздика, коріандр), тропічні фрукти та навіть кавові зерна. Але можна сказати, що власникам таких закладів потрібно не боятися експериментувати та бути більш інтенсивніше налаштованими на експеременти. Такі додатки не лише створюють унікальні смакові профілі, але й дозволяють формувати сезонні або подієві лінійки продукції.

Також не менш цікава практика – ферментація з дикою мікрофлорою (wild fermentation) – набирає популярності у середовищі крафтових пивоварів. Цей процес передбачає використання натуральних дріжджів, що зберігаються на шкірці фруктів або в навколишньому середовищі. Хоча контроль такого процесу складніший, результат – унікальний аромат, кислинка, складна текстура – високо цінується серед пивних ентузіастів. Досить мала кількість ресторанів м. Львова все ж таки використовують цю практику у своїй роботі, але власникам закладів ресторанного господарства рекомендовано звернути на неї увагу та спробувати більш детально заглибитися у розвиток цієї сфери діяльності.

Роль інновацій проявляється і в рецептурній гнучкості – можливості змінювати продукт щотижня або на замовлення. Деякі ресторани запровадили модель «крафт під клієнта»: за попереднім замовленням виготовляють пиво у кількості від 20 літрів з індивідуальним складом, етикеткою та упаковкою. Це стає популярним серед бізнес-клієнтів, молодят, вечірок.

Також у тренді – барельна витримка. Витримка пива в бочках із-під вина, бурбону чи портвейну дозволяє отримати складний букет ароматів, легку окисленість, ванільні або дерев'яні нотки. Вартість бочки – від 3 тис. грн, а витримка триває від 3 до 12 місяців. Такі продукти продаються як преміальні, а маржинальність на них може сягати 200-250%, особливо якщо вони обмеженого тиражу. Тож не можна не сказати про те, що це не лише допоможе створити індивідуальний продукт у закладі, а ще й дасть можливість заробити досить не поганий прибуток [32].

Окремого розгляду заслуговує і експериментування з дріжджовими культурами – заквасками, зібраними у лісах Львівщини, або з продуктів дикої ферментації. Такі експерименти проводяться у співпраці з кафедрами

мікробіології ЛНУ ім. Івана Франка, що підвищує наукову та інноваційну складову пивоваріння.

Інновацією у сфері обслуговування є створення інтерактивних дегустаційних панелей, де відвідувач може за допомогою планшету самостійно замовити пиво, дізнатись про інгредієнти, переглянути поєднання з їжею, залишити відгук. Такі панелі частково реалізуються у Правда. Beer Theatre та Kumpel Brewery, і дозволяють збирати аналітичні дані про переваги споживачів, створюючи можливість персоналізованих рекомендацій, але на превиликий жаль, ми не змогли їх побачити у інших закладах, таких як Tsypa Craft Pub та Rebernya&Pivarnya.

Значний потенціал має також використання локального хмелю та солоду. Низка підприємств Львівщини вже замінюють імпортні складники на українські аналоги: солод із Стрия, хміль з Яворівщини. Це не лише дозволяє їм знизити витрати, а й дозволяє створити автентичну рецептуру, яку не можливо відтворити в іншому регіоні – таким чином формується пивна «теруарність» (аналог винної індивідуальності регіону) [31].

Також крафтові виробники вже експериментують із генетично модифікованими штамами дріжджів, що дозволяє отримати напої з мінімальним вмістом алкоголю або новими профілями смаку (наприклад, "тропічний лагер" без додавання фруктів). У поєднанні з біофільтрами та безалкогольною пастеризацією це відкриває нові сегменти ринку, зокрема для спортсменів та споживачів зі здоровим способом життя.

Не менш важливим напрямом є розробка альтернативної продукції, зокрема сидрів, квасів, безалкогольного пива та слабоалкогольних коктейлів на основі ферментованих напоїв. Це дає можливість розширити клієнтську аудиторію, зменшити сезонність доходу і відповідати сучасним трендам на свідоме споживання.

У рамках цифровізації до інновацій потрібно віднести також й застосування штучного інтелекту у плануванні виробництва. Програмне забезпечення, наприклад Fermento, аналізує обсяги продажу, прогнози попиту,

сезонність і рекомендує обсяги варки, попереджає про ризик перевиробництва. Дуже шкода що такі інструменти поки не використовуються в Україні, однак вони мають високу перспективу в умовах нестабільної економіки. Таке програмне забезпечення щ легкістю зможе вирішити низку питань в процесі відслітковування та аналізування вподобання своєї аудиторії.

Набирає популярності створення закритих клубів дегустаторів, де за абонемент клієнти отримують доступ до новинок до офіційного релізу, запрошення на внутрішні події, сувеніри. Як ми вже зазначали вище,деякі з приведених закладів Львова вже запроваждують цю систему в своїй роботі. Це дозволяє закладам допомогти формувати лояльну спільноту, отримувати швидкий фідбек і розвивати продукт разом із клієнтом.

Багато львівських закладів вже почали створювати міні-тури пивоварнями, які включають екскурсії виробництвом, ознайомлення з технологіями, дегустацію з поясненням від пивовара. Вартість участі в такому турі – від 200 до 450 грн з особи, що робить його доступним і водночас високодохідним продуктом для ресторану. Ця практика активно розвивається у "Правда Beer Theatre" та "Tsypa Craft Pub". Вважаємо, що більшість закладів,у яких ще немає схожої практики,повинні надихатися такими ідеями та втілювати їх у життя у своїх ентерпритаціях [38].

Ще одна винахід – сенсорні експерименти у подачі. Наприклад, у деяких ресторанах використовують спеціальні келихи, які змінюють колір при температурі нижче 5 °C або подають пиво з ароматичними картами, що активують нюховий аналіз перед ковтком. Такий підхід підсилить емоційне сприйняття напою, а відтак і загальну лояльність споживача.

У контексті екологічної відповідальності зростає попит на пиво у банках, як більш перероблюваній тарі. Деякі львівські крафтовики уже поступово переходять на алюмінієву упаковку, яка є легшою для транспортування та менш енергозатратною у виробництві. За підрахунками Асоціації пакувальників України, використання банок знижує середню вартість логістики на 15-18% та полегшує утилізацію.

Слід також виділити інновації у сфері дизайну упаковки та етикетки. Ресторани-пивоварні можуть замовляти лімітовані серії банок з оформленням від локальних художників, додають QR-коди, доповнену реальність, інтерактивні історії. Наприклад, серія «Львівські легенди у пиві» від одного з локальних виробників (бренд “Львівське”) отримала більше 200 тис. переглядів у TikTok.

Звичайно ми розуміємо, що локальні заклади не можуть конкурувати з великими корпораціями, які вже на ринку століттями, але, вважаємо, що ними можна надихатися та реалізовувати щось схоже у своїх масштабах.

У контексті інновацій не можна оминути енергозберігаючі технології, що дедалі активніше впроваджуються у пивоварні. Наприклад, Правда Beer Theatre встановив сонячні панелі для підігріву води у варильних котлах, що дозволило зекономити до 25% енергоспоживання в теплий сезон. Деякі заклади інтегрують теплообмінники для утилізації теплоти з процесу охолодження, тим самим знижуючи загальні комунальні витрати.

Модернізація торкається й маркетингової стратегії, яка сьогодні не можлива без активної присутності у соціальних мережах. Використання форматів «Reels», «Live», «YouTube Shorts» та TikTok значно підвищує впізнаваність. За даними внутрішньої аналітики Tsypa Craft Pub, публікації з відеооглядами дегустацій отримують у 5-7 разів більше переглядів, ніж класичні фото в Instagram. Це дозволяє не лише залучати нових клієнтів, а й утримувати лояльних через постійну взаємодію [28].

Новою інноваційною практикою є створення пивних спільнот у форматі NFT-клубів, де кожен учасник має цифровий токен, що відкриває доступ до унікальних акцій, колекційних сортів і навіть участі у створенні нового пива. Перші експерименти на українському ринку вже здійснено у партнерстві львівських пивоварень із діджитал-агентствами. Цей підхід поєднує крафт із трендами Web3, формуючи новий тип клієнтської лояльності.

Інноваційний потенціал розкривається і через освітні онлайн-платформи, які створюють самі ж крафтові виробники. Наприклад, Kumpel Brewery запустив серію онлайн-курсів з основ пивоваріння, пейрингу, історії стилів, що стали

популярними серед молоді й сприяли поширенню культури споживання. За перший квартал 2024 року курси пройшло понад 1 200 осіб, що також стало джерелом додаткового доходу.

Ще одним важливим аспектом у крафтовому пивоварінні є індивідуалізація продукту на замовлення, яка дозволила б клієнтам брати безпосередню участь у створенні пива – від підбору інгредієнтів до назви та етикетки. Така послуга, яку вже пропонують окремі заклади Львова (Tsypa Craft Pub), може бути не лише джерелом додаткового прибутку, а й потужним інструментом формування лояльності. Ціна створення партії «пива на замовлення» (обсягом 30-50 л) становить у середньому від 8 000 до 12 000 грн, залежно від складності рецептури та пакування [28].

Крім цього, потрібно активно розвивати напрям мобільного пивоваріння – встановлення мініпивоварень у фудтраках, на фестивалях, у тимчасових просторах. Такі установки (від 150 л на цикл) забезпечать свіжий продукт у форматі street food і підвищують мобільність бренду. Ось наприклад, «Craft&Travel» у 2023 році охопив понад 17 фестивалів у Західній Україні, реалізувавши понад 12 000 л пива без потреби у стаціонарному закладі.

Інноваційним рішенням у сфері гастрономічного партнерства може бути створення крафтових міксів з іншими виробниками: пивні сорти на основі локальних виноградних шкірочок, колаби з шоколадниками, пекарями, кавовими майстернями. Це дозволяє не лише урізноманітнити асортимент, а й просувати локальні бренди в інтегрованій формі. Один із таких прикладів – "Porter з карамеллю" у партнерстві між Правда Beer Theatre та «Lviv Handmade Chocolate» [27].

Для забезпечення подальшого росту ринку експерти рекомендують створення кластерної структури розвитку пивоварної індустрії на Львівщині, яка включатиме: освітній центр, логістичний хаб, лабораторію якості, асоціацію виробників. Це дозволило б централізувати закупівлі, забезпечити професійне зростання кадрів і сформувати єдину платформу просування.

Реалізація кластерного підходу дозволить зменшити витрати на сировину,

виробничі потужності, транспортування та зберігання продукції. Окремі елементи спільної інфраструктури, зокрема лабораторія для перевірки якості пива, допоможуть стандартизувати продукцію, підвищити її конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Згідно з прогнозами аналітиків Асоціації малих пивоварень України, реалізація регіонального кластеру може збільшити загальний обсяг виробництва на 20-25% протягом 2-3 років після запуску.

Нововеденням також є і буде для більшості крафтових пивоварень система динамічного ціноутворення, коли ціна на крафтове пиво змінюється залежно від попиту, залишків на складі, календарних подій або навіть погоди. Таку практику вже тестують у «Rebernya&Pivarnya», де пиво стає дешевшим у дощовий день або дорожчим під час концертів. Це підвищує гнучкість бізнесу та дозволяє швидко реагувати на зміни в поведінці клієнтів.

Не можна оминути увагою і застосування блокчейн-технологій для простежуваності партій пива. Клієнт, скануючи QR-код на пляшці, може дізнатися про всі етапи виробництва: дату варки, походження інгредієнтів, сертифікати якості. Це формує довіру до бренду та відповідає запитам покоління Z і мілленіалів на прозорість та відповідальність.

У центрі інновацій завжди залишається людський фактор – персонал, який потребує постійного розвитку. Саме тому львівські пивоварні дедалі частіше інвестують у навчання – як технічне, так і креативне, включаючи психологію споживача, стратегії гейміфікації обслуговування, тренінги з емоційного інтелекту. Це створює нову якість сервісу та залученості працівників. Наприклад, «Правда Beer Theatre» організовує регулярні «Пивні університети», де пивовари, сомельє та кулінари діляться знаннями. Це сприяє не лише підвищенню кваліфікації, а й формуванню професійного середовища [24].

Розглядаючи ці численні інновації, доцільним є їх систематичне узагальнення для практичного використання та візуального аналізу. У табл. 3.1 узагальнено ключові тренди інноваційних технологій у крафтовому пивоварінні, що наразі впроваджуються в ресторанному бізнесі Львівщини:

Таблиця 3.1

Інноваційні тренди крафтових технологій у ресторанному господарстві Львівщини

№	Інноваційний тренд	Характеристика	Очікуваний ефект
1	Індивідуалізація продукту	Виготовлення пива на замовлення (назва, склад, етикетка)	Підвищення лояльності клієнтів, додатковий прибуток
2	Мобільне пивоваріння	Мініпивоварні у фудтраках, на фестивалях	Розширення каналів збуту, брендова мобільність
3	Крафтові мікси з іншими виробниками	Колаби з виноробами, кав'ярнями, шоколатьє	Посилення унікальності асортименту, B2B-ефекти
4	Онлайн-дегустації	Надсилання наборів із пивом, Zoom-тури	Розширення аудиторії, освітня функція
5	Пиво в банках	Перехід з пляшок на алюмінієву упаковку	Екологічність, зниження логістичних витрат
6	Динамічне ціноутворення	Залежність ціни від попиту, подій, погоди	Гнучкість у продажах, стимуляція попиту
7	Сенсорні подачі	Арома-карти, келихи з термозміною кольору	Емоційне занурення, підвищення цінності споживання
8	Блокчейн-прозорість	QR-коди для простеження складу та етапів виробництва	Довіра до бренду, маркетинг прозорості
9	Експерименти з дріжджами	Закваски з дикої мікрофлори, ферментація	Створення унікального смаку, позиціювання
10	Інвестиції в персонал	Навчання сервісу, дегустаціям, гейміфікації	Професійність обслуговування, зростання лояльності

Впровадження зазначених інноваційних підходів дозволить закладам значно посилити ринкову позицію ресторану, особливо в умовах конкуренції з великими мережами або імпортними брендами. Завдяки індивідуальності, гнучкості, культурному та технологічному потенціалу, крафтові пивоварні Львівщини здатні не просто конкурувати – вони задають тренди.

Інновації відкривають нові формати досвіду гостя, що вже давно виходить за межі «поїсти і випити». Успішні ресторани з пивоварнею – це вже осередки творчої економіки, майданчики для взаємодії, освіти, культури, спільнот. У майбутньому саме ті заклади, які першими інтегрують вказані тренди, матимуть перевагу у формуванні ціннісно-орієнтованого гастрономічного середовища [33].

Крім того, орієнтація на модернізацію дасть змогу нарощувати експортний

потенціал. За умови дотримання стандартів ЄС щодо харчових продуктів, деякі крафтові виробники Львівщини вже успішно просувають свою продукцію у Польщі, Чехії, Словаччині. Інновації в упаковці, сертифікації, логістиці – обов'язкова умова для виходу на міжнародний ринок.

Застосування інновацій у крафтовому пивоварінні Львівщини також є основою для створення нової моделі сталого ресторанного господарства, що поєднує гастрономічну якість із соціальною відповідальністю. Інновації стимулюють розвиток інфраструктури навколо пивоварень – крафтові ярмарки, пивні намети на культурних подіях, сезонні дегустаційні простори. Це не лише збільшує кількість точок контакту з клієнтом, а й розвиває локальні спільноти, де крафтовий ресторан стає місцем неформальної взаємодії, обміну досвідом і культурним осередком.

Новаторство в пивоварінні сприятимуть створенню тематичних гастрономічних подій – фестивалів нових сортів, пивно-кулінарних вечерь, дегустацій із пивними блогерами. Такі івенти не лише збільшать прибутковість, а й сформують емоційні зв'язки з брендом. У 2023 році середній чек на події формату «пивна вечеря з пивоваром» у м. Львові становив від 950 до 1500 грн, і попит стабільно зростає.

Насамкінець, впровадження трендів в крафтовому пивоварінні варто розглядати не лише як інструмент підвищення прибутковості, а як комплексний механізм модернізації ресторанного господарства. Львівщина завдяки своїй історії, культурі та активній гастрономічній спільноті має всі передумови для того, щоб стати не лише регіональним, а й національним інноваційним хабом крафтового виробництва [22].

Отже, інновації у сфері крафтових технологій дають змогу ресторанному бізнесу одночасно вирішувати кілька важливих завдань: підвищувати економічну результативність, створювати унікальні пропозиції, зміцнювати взаємодію з клієнтами та зберігати соціальну й екологічну відповідальність на ринку. Вони створюють основу для переходу від класичної ресторанної моделі до інтегрованої креативної платформи.

3.2. Удосконалення матеріально-технічної бази закладів ресторанного господарства для впровадження крафтового пивоваріння

Незважаючи на встановлений у другому розділі обсяги крафтового пивоваріння в регіоні, ми можемо бачити що не у такій великій кількості закладів крафтове пивововаіння присутнє. Тому їх присутність у гастрономічному житті міста необхідно збільшити, але основною проблемою є інвестиція у матеріально-технічне забезпечення. Як нам вже вдалося з'ясувати, на покупку обладнання потрібно виділити від 45 000 до 70 000 євро в залежності від виробника. І це без урахування всіх інших важливих моментів як логістика до закладу, персонал, місце для обладнання, вентиляційних систем, тощо.

Окремо варто звернути увагу на важливість енергозабезпечення пивоварні. Експерти рекомендують встановлювати системи рекуперації тепла, які дозволяють повторно використовувати гарячу воду для підігріву сусла. Це забезпечує економію до 15-18% енергоресурсів, що критично в умовах зростання тарифів. Необхідно також передбачити вентиляційні системи з регулюванням вологості та запаху, оскільки процес бродіння супроводжується утворенням вуглекислого газу та парів хмелю. У разі відсутності якісної вентиляції можливе погіршення мікроклімату як у виробничому, так і у гостьовому залах.

Із врахуванням вимог державного регулювання, ліцензування та сертифікація є ще одним важливим блоком. Згідно із Законом України «Про ліцензування видів господарської діяльності», пивоваріння потребує спеціального дозволу, оформлення технічної документації, погодження з Держпродспоживслужбою. Витрати на ліцензію та супровід – орієнтовно 15 000-25 000 грн [24].

Удосконалення матеріально-технічної бази крафтових пивоварень у ресторанах Львівщини також повинна включати оновлення допоміжного обладнання, зокрема системи водоочищення. Якість води – один з вирішальних факторів у пивоварінні, і використання фільтрів зворотного осмосу, вугільних фільтрів і ультрафіолетових ламп дозволяє досягти стабільного результату без

додаткових хімічних реагентів. Це особливо актуально для міської водопровідної мережі, адже показники жорсткості можуть значно коливатись.

Ще одним напрямом є оптимізація логістичних рішень у межах ресторану, особливо в умовах обмеженого простору. Наприклад, автоматизовані візки для кег, системи швидкого підключення та транспортування сировини знижують трудовитрати та зменшують ризики псування продукту. Сюди також входить обладнання для сухого охмелення (dry hopping) – окремі ємності, які дозволяють зберігати аромат без підвищення гіркоти.

Ресторани, які працюють у форматі taproom, зіштовхуються з необхідністю зберігати якість пива у кегах. Тому важливою складовою є охолоджувані камери для зберігання кег, а також CO_2-системи з автоматичним контролем тиску. Це дозволяє уникати надмірного насичення або дегазації, що є критично важливим для підтримання стабільного смакового профілю.

Не можна обійти увагою й звукоізоляцію варильної зони, оскільки процес кип’ятіння, охолодження, а особливо промивання є досить шумними. Використання шумопоглинаючих матеріалів (акустичних панелей, гумових прокладок) дозволяє забезпечити комфорт для відвідувачів навіть у закладах з відкритим плануванням.

Інвестиції в екологічні рішення також мають довготривалий ефект. Наприклад, збір дощової води для попереднього миття тари, впровадження біоутилізації залишків солоду, вторинне використання CO_2 – це не лише економія, а й відповідь на запитання свідомих споживачів. Багато закладів Львова включають у свої айдентики зелену естетику та звіти про сталий розвиток.

Крім технічного обладнання, важливим є дизайн фронтальної частини пивоварні, яка безпосередньо контактує з гостем. Скляні резервуари з підсвіткою, мідні труби, декоративні крани – усе це створює унікальну атмосферу і стає частиною брендингу закладу. За дослідженням Українського ресторанного клубу, у 2023 році візуальні елементи пивоварні впливали на 47% рішень відвідувачів щодо повторного візиту. Це не тільки технічна зручність, а

й маркетинговий інструмент, що посилює довіру гостів [38].

Удосконалення матеріально-технічної бази обов’язково повинно супроводжуватись персональним навчанням. У середньому один курс підготовки технолога-пивовара триває від 4 до 6 тижнів і коштує 8 000-15 000 грн. Провідними навчальними платформаи є «Центр крафтового пивоваріння», онлайн-курси «Brauhaus Academy».

Не менш важливим чинником є архітектурна інтеграція пивоварні у загальну концепцію закладу. Вдале планування, використання натуральних матеріалів (дерево, метал, скло), стилізована айдентика варильної зони – усе це створює незабутню атмосферу й підвищує вартість споживчого досвіду.

Удосконалення бази також включає систему обліку сировини та готової продукції. Програмне забезпечення типу iiko, Poster або R-Keeper дозволяє інтегрувати кухню, бар і пивоварню в одну логістичну структуру, що підвищує точність обліку, знижує втрати і сприяє плануванню закупівель.

Одним із найбільш обговорюваних трендів на ринку є перехід на безконтактні системи керування. Сенсорні панелі, автоматичні датчики зворотного зв’язку, мобільні додатки для керування процесом варіння – усе це скорочує час виробництва, знижує потребу в постійному ручному контролі і дає змогу гнучко реагувати на зміни у виробничому середовищі. Наприклад, з додатком Brewtools Cloud пивовар може отримати сповіщення про закінчення варки, зміну температури чи перевищення тиску. Це підвищує оперативність реагування та дозволяє управляти процесом навіть під час подій чи обслуговування гостя та дуже облегшує роботу керівництва.

Значну увагу слід приділити навчанню персоналу у роботі з новим обладнанням. У м. Львові вже діють партнерські програми між ресторанами та освітніми закладами, зокрема факультетами готельно-ресторанної справи, де студенти мають змогу проходити стажування на реальних пивоварнях. Це не лише джерело молодих кадрів, а й механізм підвищення загального рівня обслуговування.

Окремо варто згадати про інтерфейс між залом та виробництвом. Деякі

ресторани впроваджують «пивні барометри» – табло, які показують статус варіння, температуру, кількість звареного пива. Це не лише підвищує прозорість, а й утворює своєрідний інфотейнмент – залучення гостей у виробничий процес [39].

У разі запуску декількох варильних цехів у межах мережевого закладу, виникає потреба у централізованій диспетчеризації. Хмарні сервіси дозволяють об’єднати в одному кабінеті всі пивоварні точки мережі, що спрощує контроль за якістю, стандартизує процеси і дозволяє оперативно впроваджувати зміни в рецептурі.

У межах концепції сучасного ресторанного бізнесу, особливо у Львівській області, актуальним стає питання енергетичної незалежності пивоварень, що функціонують при ресторанах. Встановлення систем альтернативної енергетики – сонячних панелей, теплових насосів, інфрачервоних обігрівачів – дозволяє зменшити витрати на електроенергію в середньому на 20-30% протягом року. Наприклад, пивоварня Правда Beer Theatre за рахунок встановлення 10 сонячних панелей потужністю 450 Вт кожна зменшила щомісячні витрати на електрику на понад 6 000 грн.

Важливим також є впровадження систем реутилізації води, особливо у процесах охолодження сусла. Завдяки рекуперації тепла й багатоступеневому очищенню технічної води, ресторан може знизити споживання до 30% від стандартного показника. Це не лише економічно вигідно, а й відповідає екологічній політиці, що стає дедалі важливішим фактором при виборі закладу молодими споживачами [36].

До матеріально-технічної бази також варто включити дегустаційно-презентаційні зони. У більшості закладів вони є, але керівництво не приділяє їм достатньо уваги. Вони мали б облаштовуватися як окремі приміщення площею 10-20 м² із барною стійкою, спеціальним посудом, температурним контролем. У таких зонах можуть проходити майстер-класи, презентації нових сортів пива та фудпейринги, що приносять ресторану додатковий дохід і підвищують туристичну привабливість.

Слід врахувати й транспортно-логістичні аспекти, зокрема наявність завантажувальних зон, внутрішньої логістики на кухні та складі. У великих ресторанах (на 100+ посадкових місць) рекомендується впровадження електричних підйомників для кег, ротаційних конвеєрів, а також окремих маршрутів для постачання, щоб уникнути перетину з гостьовими зонами.

У сучасному крафтовому ресторані велике значення має модульна гнучкість виробництва. Заклади зпочатку починають свій шлях із однієї варильної системи на 250 л, а через рік додають другий варильний котел або подвійні бродильні ємності. Це дозволяє швидко адаптуватися до зростання попиту або розширення меню без суттєвих витрат на реконструкцію приміщень.

Важливим елементом бази є закупівля вакуумної пакувальної системи для герметичного зберігання сировини – особливо хмелю та спецій. На жаль, не в багатьох закладах її використовують. Хоча такі системи дозволяють зберегти органолептичні властивості компонентів до 6 місяців, тоді як у відкритому вигляді – лише 2–3 тижні. Вартість пакувальника – від 25 000 грн, але його використання мінімізує втрати сировини до 12-15% щороку [37].

Для туристичних закладів є доцільним створення міні-сувенірних точок продажу при ресторані – з фірмовими келихами, пивом у банках, футболками, подарунковими наборами. Це вимагає додаткового простору (5-10 м²) та витрат на POS-систему, однак у середньому підвищує щоденну виручку на 7-9%.

Не менш важливим є облаштування зон для очікування гостей під час екскурсій або у години пікового навантаження. Це може бути крафт-зона з переглядом відео про варіння пива, фотозона з брендованими елементами або дегустаційна стійка з закусками. Вартість облаштування – від 50 000 грн, однак вона швидко окупається через збільшення задоволеності клієнтів і кількості повторних візитів. Обов’язково усі ці заходи повинні бути підтримані чіткою документацією та супровідною аналітикою. Сюди входять журнали виробництва, графіки завантаження обладнання, системи контролю персоналу. Це дозволить ефективно управляти ресурсами, виявляти втрати та приймати обґрунтовані управлінські рішення [25].

Тож, сучасна матеріально-технічна база ресторанного крафтового виробництва – це не лише про обладнання, а й про інтеграцію дизайну, технологій, логістики й маркетингу в єдину інфраструктурну платформу. Тільки при такому комплексному підході ресторан здатен забезпечити високу якість продукції, економічну ефективність і стійку взаємодію з гостями.

Звичайно, що деякі нюанси, особливо інвестиції, стають бар'єром для багатьох власників починати розвиток крафтового пивоваріння саме в закладах. І тому, на нашу думку, владі потрібно більше уваги приділяти розвитку такого бізнесу,можливості видачі кредитів під низький відсоток та спрощення цієї процедури, або ж кооперація та довгострокова співпраця на вигідних умовах із закордонними спеціалістами та крафтовими пивоварнями, запровадження курсів для всіх сфер діяльності із залученням цих спеціалістів,які б могли через призму свого досвіду та уміння передати ці знання українськм спеціалістам.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження встановлено, що крафтове пивоваріння на Львівщині стало не лише гастрономічним феноменом, але й потужним економічним і соціокультурним інструментом розвитку ресторанного господарства регіону. Крафтові заклади формують нову модель споживання, де продукт стає не просто об'єктом купівлі, а центром досвіду, емоції, культурного коду й локальної ідентичності. Замість стандартизованого підходу крафт пропонує гнучку, інноваційну й особистісно орієнтовану пропозицію – і саме в цьому полягає його сила.

Узагальнення теоретичних підходів дозволило зрозуміти, що крафтове виробництво у ресторанному бізнесі базується на низці принципів: авторські рецептури, сезонність, локальність, гнучка логістика, інтеграція у маркетинг, просвітницька функція, інноваційне мислення. Усі ці аспекти створюють цілісну екосистему, що поєднує виробництво, комунікацію, сервіс і бренд. Системний підхід до організації крафтових закладів надає їм конкурентну перевагу навіть у порівнянні з великими мережевими операторами.

Крафтові пивоварні стали ядром гастрономічної ідентичності м. Львова. Вони не тільки забезпечують індивідуалізовану пропозицію, а й формують культурні сенси, спільноти, підтримують локальні ініціативи. Це вже не просто пиво, а культурна практика. Пивні тури, дегустації, співпраця з митцями, екологічна відповідальність – усе це створює багаторівневу цінність, що має сталу репутацію як у межах країни, так і за її межами.

Запропоновані напрями удосконалення харчового виробництва з використанням крафтових технологій демонструють високу ефективність. Особливу увагу приділено інноваціям: smart-пивоваріння, мобільні пивоварні, NFT-клуби, індивідуалізація продукту, автоматизація, zero waste, експерименти з дикими дріжджами, барельна витримка. Багато з них уже впроваджено у практику львівських ресторанів, і вони підтверджують свою результативність через зростання маржинальності, повторних продажів і брендової впізнаваності.

Ринок крафтового пивоваріння Львівської області демонструє позитивну

динаміку. Станом на 2023 рік у регіоні функціонує понад 25 активних крафтових пивоварень, із яких понад половина інтегровані у структуру ресторанного господарства. Середній обсяг виробництва однієї пивоварні коливається в межах 10-40 тис. літрів на рік, а деякі – як-от Правда Beer Theatre та Kumpel Brewery – досягають 80+ тис. л/рік. Присутність у HoReCa, експансія у рітейл і зростаючий туристичний потік дозволяють прогнозувати подальше розширення ринку.

Удосконалення матеріально-технічної бази закладів – важливий аспект успішного функціонування крафтових ресторанів. Високотехнологічне обладнання, модульна архітектура, інтеграція пивоварні у простір ресторану, системи моніторингу якості, навчання персоналу, екологічні практики – усе це дозволяє підвищити ефективність процесів, зменшити витрати, створити унікальний споживчий досвід і відповідати новим викликам ринку.

Розроблені таблиці та графіки дають змогу не лише систематизувати знання про крафтові виробництва, а й застосовувати їх у практиці управління. Вони можуть бути корисними для ресторанів, які лише планують впровадження крафтового виробництва, для інвесторів, які розглядають ринок як перспективний, а також для освітніх закладів у галузі готельно-ресторанного бізнесу.

Дослідження також показало, що розвиток крафтового пивоваріння потребує стратегічної підтримки з боку органів місцевої влади, туристичних офісів, профільних асоціацій. Це можуть бути субсидії на придбання обладнання, розвиток логістичних хабів, створення кластерів, просвітницькі кампанії про культуру відповідального споживання. Така синергія створить умови для сталого розвитку галузі.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що крафтове пивоваріння у ресторанному бізнесі Львівщини є прикладом вдалого поєднання культури, бізнесу, технології та ідеї. Його подальший розвиток залежить не лише від смаку пива, а й від того, наскільки цілісно буде сформовано досвід споживання – через атмосферу, сервіс, інновації, співпрацю та естетику. Такий підхід формує майбутнє ресторанної галузі України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Автоматизація пабу як інструмент підвищення ефективності– SmartCafe. URL: https://smartcafe.com.ua/uk/avtomatizaciya-pub (дата звернення 15.12.2024)

2. Аналіз ринку крафтового пива в Україні. URL: https://inventure.com.ua/.../analiz-rinku-kraftovogo-piva-v-ukrayini(дата звернення 14.12.2024).

3. Андрієнко К.В. Сучасні аспекти розвитку пивоваріння в Україні. *Ринок інфраструктури*. 2024. №79. С. 317–322.

4. Асоціація малих пивоварень України. Звіт про розвиток крафтового ринку. URL: https://www.ukrcraft.org.ua (дата звернення 20.12.2024).

5. Божко В. Функціональні напої та їх ринок в Україні. *SumDU*. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/.../Bozhko_soft_drinks.pdf (дата звернення 10.01.2025)

6. Бондар Т.М., Коваленко К.В. Перспективи розвитку крафтового пивоваріння в Україні. *Економіка і суспільство*. 2021. №26. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1821 (дата звернення 10.01.2025).

7. Гладчук О.П. Гастрономічний туризм як чинник регіонального розвитку. URL: https://www.tkfk.te.ua/.../Гладчук... (дата звернення 13.01.2025).

8. Державна служба статистики України. Економічна статистика галузі HoReCa. URL: https://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 16.01.2025).

9. Еволюція пива. URL: https://hophey.ua/info/evolyuciya-piva/ (дата звернення 20.01.2025).

10. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 23.12.1997 № 771/97-ВР станом на 18.12.2024. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text. (дата звернення 03.02.2025).

11. Про ліцензування видів господарської діяльності : Закон України від 02.03.2015 № 222-VIII станом на 05.01.2025. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/

show/ 222-19#Text (дата звернення 10.02.2025).

12. Про основні засади державної політики у сфері розвитку підприємництва: Закон України від 13.12.2022 № 2834-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2834-20#Text (дата звернення 28.02.2025).

13. Ільчук В. С. Стан та перспективи розвитку пивоваріння в Україні. *Економіка і управління*. 2023. №5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4373 (дата звернення 01.03.2025).

14. Історія пивоваріння у Львові. URL: https://lviv.travel/ua/news/istoriia-pivovarinnia-u-lvovi (дата звернення 03.03.2025).

15. Каталог українського крафту 2023 / за ред. О. Кучеренка. Київ: УАБП, 2023. 98 с.

16. Кваснюк І. Ринок крафтового пива: економічна оцінка. *Наукові праці БТУ*. 2023. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/42361 (дата звернення 17.03.2025).

17. Крафтове пиво: 9 порад для створення успішної пивоварні. URL: https://aggeek.net/ru-blog/kraftove-pivo-9-porad-dlya-ctvorennya-uspishnoi-pivovarni (дата звернення 27.03.2025).

18. Легенди Львова: пиво і традиції пивоваріння. URL:https://24tv.ua/lviv/legendi_lvova_pivo_i_traditsiyi_pivovarinnya_n475357 (дата звернення 01.04.2025).

19. Львівська міська рада. Стратегія розвитку «Lviv City of Craft 2023–2027».

20. Магоч О.Т. Автоматизація та цифрові технології у виробництві обладнання для пивоваріння. *Сталий розвиток туризму на засаах партнерства: освіта, наука практика*: матеріали міжнародної науово-практичної конференції (м.Львів, 15-16 травня 2025 р.). Львів: ЛТЕУ, 2025.

21. Маркетинг і брендинг крафтових напоїв. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/.../a055524c-4c63... (дата звернення 15.04.2025)

22. Огієнко Т.О. Пивний бізнес в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економіка і суспільство*. 2022. №14. С. 84-89.

23. Пивна культура в Україні. URL: https://www.expresstorg.com.ua/.../pivna-kultura-v-ukrajini... (дата звернення 28.04.2025).

24. Пивний довідник «BeerPlaces Lviv». URL: https://beerplaces.com.ua (дата звернення 01.05.2025).

25. Вимоги до закладів ресторанного господарства щодо виробництва пива : Постанова Кабінету Міністрів України № 856 від 07.06.2017.

26. Сайт Асоціації крафтових пивоварів України. URL: https://ukrcraft.org.ua (дата звернення 12.05.2025).

27. Сайт пивоварні «Правда Beer Theatre». URL: https://www.pravda.beer (дата звернення 10.04.2025).

28. Сайт пивоварні «Tsypa Craft Pub». URL: https://tsypa.beer (дата звернення 10.03.2025).

29. Технологія виробництва пива. URL: https://learn.ztu.edu.ua/.../TEMA%203.%20ТЕХНОЛОГІЯ... (дата звернення 17.03.2025).

30. Технологічні основи пивоваріння. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/.../bitstreams/c4d76b40-4f5b... (дата звернення 23.02.2025).

31. Технологія виробництва ферментованих напоїв. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/.../bitstreams/42d0ddc1... (дата звернення 5.04.2025).

32. Техніко-технологічні основи крафтового пивоваріння. *Природничі науки та природокористування*. 2024. №1. С. 6–12.

33. Фудпейринг: закуски до пива зі всього світу. URL: https://techdrinks.info/fudpejryng-zakusky-do-pyva-zi-vsogo-svitu (дата звернення 12.12.2024).

34. Craft Beer Branding Guide. URL: https://craftbeerbrandingguide.com/wp-content/uploads/2023/08/Craft-Beer-Branding-Guide-UKR.pdf (дата звернення 10.01.2025).

35. Craft Beer Map of Ukraine. URL: https://craftmap.com.ua (дата звернення 10.01.2025).

36. HoReCa Review Ukraine. Аналітичний звіт: Львівщина — гастрономічний туризм, 2023 (дата звернення 14.03.2025).

37. YouTube-канал «BrewUA». Відео-лекції з технологій пивоваріння. URL: https://www.youtube.com/BrewUA (дата звернення 15.03.2025).

38. Центр крафтового пивоваріння. URL: https://craftcenter.ua (дата звернення 28.04.2025).