

Тренди барної індустрії

Гусєв Данило, Наталія Стукальська

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Барна індустрія розвивається з кожним роком. Коли одні ідеї сучасних бартендерів знаходять місце в серцях гостей, інші втрачають актуальність, але залишають слід за барною стійкою. Дослідження трендів є одним з головних пунктів вивчення ринку і потребує ретельного аналізу його змін за останні роки.

Матеріали і методи. Матеріалом для дослідження стали статистичні данні запитів в мережі інтернет, тенденції, що спостерігаються в індустрії та новітні впровадження в популярних закладах.

Результати. Власники закладів, що адаптувалися до Covid-обмежень почали продавати коктейлі на виніс, а шанувальники алкогольних напоїв все більше вивчають можливість їх приготування вдома. Виходячи з цього, деякі заклади почали пропонувати гостям коктейлі в пляшках. Такі напої швидко можна подати гостю, або продавати разом з тарою.

Проаналізувавши статистику запитів через Google Trends, можна зробити висновок, що кількість запитів пов'язаних з коктейлями в пляшках збільшилась більше ніж в три рази. Окрім цього, асортимент таких напоїв значно збільшився за останній рік.

Ще однією тенденцією, яку можна спостерігати в індустрії – ріст популярності класичних та простих коктейлів, що можна приготувати вдома. Запити пов'язані з коктейлями Aperol Spritz та Daiquiri виросли більше ніж на 60% за останній рік, а запит Negroni досяг свого піку. Також можна бачити збільшення популярності класичних напоїв з фільмів, таких як мартіні, космополітен або white russian.

Наразі йде зміна поколінь. Все більше людей нової епохи починає пізнавати світ алкогольних напоїв. Через ріст економіки та доступність товарів, сучасна молодь починає надавати перевагу безалкогольним та слабоалкогольним коктейлям. Виходячи з цього, бренди почали випускати напої з меншим змістом алкоголю. Представниками таких напоїв є Bicki Haig Club Mediterranean Orange, який має міцність 35%, або Ballantine's Light з міцністю в 20%. Деякі бренди займаються випуском напоїв, що дублюють смак та аромат відомих алкогольних напоїв, таких як ром, віскі, текіла, але не мають в своєму складі алкоголю. Такі напої дозволять насолоджуватися смаком улюблених напоїв без ризику для здоров'я.

Основною зміною в індустрії можна відмітити збільшення популярності текіли, яка порівнялася з ромом і стала другим по популярності алкогольним напоєм після бурбону та горілки. Ця тенденція може значно змінити асортимент барів та магазинів алкоголю, що вже почали додавати нові напої з голубої агави.

Висновки. Проаналізувавши сучасний ринок, можна зробити висновки, що за останні декілька років індустрія потерпала значних змін і навчилась швидко адаптуватися до нових умов існування, а також відкрила нові шляхи розвитку барної галузі.

Література.

1. Aske T. Batched cocktails. URL: https://www.diageobaracademy.com/en_zz/bar-skills/drinks-techniques-tools/drinks-techniques-tools-articles/batched-cocktails/ (дата звернення: 26.01.2022).

2. US total beverage alcohol consumption in 2020 was the largest volume gain in nearly 20 years. IWSR. Drinks market analysis. URL: <https://www.theiwsr.com/us-total-beverage-alcohol-consumption-in-2020> (дата звернення: 26.01.2022).