

Шикіна Ольга Володимирівна

*к. е. н., доцент кафедри маркетингу та міжнародної логістики,
Одеський національний економічний університет (Україна)*

Дикий Павло Дмитрович

*викладач кафедри маркетингу та міжнародної логістики,
Одеський національний економічний університет (Україна)*

КАВОВА ІНДУСТРІЯ ЯК ПЛАТФОРМА ДЛЯ МІКРОПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

JEL classification: L67 L26

У періоди економічної нестабільності зростає роль малого і мікропідприємництва як джерела гнучкого заробітку та зайнятості. Однією з доступних сфер для таких ініціатив є кавова індустрія. Від невеликих кав'ярень до мобільних кавових точок, бізнес на каві характеризується низьким порогом входу, швидкою окупністю та здатністю адаптуватися до мінливих умов ринку. Ця стаття розглядає сутність кавового бізнесу як сегменту малого і мікропідприємництва, його переваги в умовах економічної нестабільності, вплив сучасних викликів (війни, релокації, безробіття, внутрішньої міграції) на появу нових кавових ініціатив, а також наводить приклади успішних українських кавових стартапів. Окрему увагу приділено освітнім проектам і програмам, що слугують каталізатором підприємницької активності у кавовій сфері [1].

Кавова індустрія в більшості країн представлена переважно малими приватними закладами – незалежними кав'ярнями, кіосками «кава з собою» чи кав'ярнями на колесах. Такі бізнеси зазвичай відповідають критеріям мікропідприємництва: кількість зайнятих працівників не перевищує 10 осіб, а річний дохід – до еквіваленту €2 млн [2]. В Україні після 2014 року спостерігався бум відкриття невеликих кав'ярень, які засновувалися молодими підприємцями часто без значного досвіду чи капіталу. Дослідження відзначають, що відкрити кафе чи кав'ярню невеликого формату реально без великих інвестицій: вкладення у малі кавові [3] точки можуть окупитися за кілька місяців, тоді як дорогі ресторани окуповуються роками. Багато таких закладів з'явилося після 2014 року, і вони виявилися досить стійкими до криз [3]. Кавовий бізнес, будучи частиною сфери харчування (HoReCa), водночас є дуже фрагментованим: значну його частку складають саме малі та мікропідприємства, що належать окремим власникам або сім'ям. Лише незначну частину ринку формують великі мережі чи міжнародні бренди. Таким чином, кавова індустрія органічно слугує платформою для розвитку малого підприємництва, поєднуючи в собі відносно простий старт і потенціал масштабування.

Кавовий бізнес належить до тих видів діяльності, запуск яких можливий з мінімальним стартовим капіталом. На відміну від виробничих підприємств чи великого ритейлу, для відкриття власної кав'ярні не потрібні суттєві інвестиції. Достатньо придбати або орендувати професійну кавомашину, забезпечити базовий інтер'єр або невеликий кіоск, і отримати необхідні дозволи. Як зазначають практики, цей бізнес можна запустити навіть з невеликим бюджетом – наприклад, орендувавши маленьке приміщення у торговому центрі або встановивши кавовий автомат [4]. За оцінками, повноцінну мобільну кав'ярню (кавоварню на колесах) можна відкрити, вклавши близько 200 тис. грн (приблизно \$5–7 тис.), включно з купівлею вживаного авто та обладнання [5]. Окремі формати «кава з собою» взагалі дозволяють стартувати з кількох тисяч доларів інвестицій. Низький бар'єр входу робить кавовий бізнес привабливим для широкого кола людей – від початківців у підприємстві до ветеранів чи переселенців, котрі не мають значних заощаджень, але прагнуть відкрити власну справу. Висока маржинальність цього бізнесу також сприяє швидкій окупності: собівартість однієї порції еспreso досить низька (кілька гривень), тоді як продажна ціна у 8–10 разів вища [6], що забезпечує рентабельність продукції на рівні сотень відсотків. Як результат, навіть за помірного потоку клієнтів невелика кав'ярня може повернути вкладені кошти у строки від 5–12 місяців [5], що є критично важливим в умовах економічної нестабільності.

Кавовий бізнес вирізняється мобільністю – як у прямому, так і переносному значенні. По-перше, поширеним явищем є мобільні кав'ярні (фудтраки, причепи, авто-кав'ярні), які фізично можуть переміщатися туди, де є попит. Підприємець має свободу вибору локації і здатен

змінювати місце торгівлі залежно від потоку людей або ситуації [5]. Це особливо цінно в умовах війни чи інших форс-мажорів: бізнес «на колесах» можна перевезти в більш безпечний регіон, виїхати на масові заходи чи в місця скупчення переселенців, гнучко реагуючи на зміну обставин. По-друге, навіть стаціонарні малі кав'ярні легше релокувати чи реорганізувати, ніж великий бізнес. Невелика торгова точка (кіоск) за потреби може доволі швидко бути демонтована і встановлена в іншому районі чи місті. Витрати на оренду для таких закладів відносно невеликі, а тому простіше змінити локацію, якщо стара перестала приносити дохід.

Малий кавовий бізнес здатен оперативнo змінювати свою бізнес-модель під нові умови. Наприклад, під час криз або карантинів кав'ярні масово переорієнтовувалися на продаж кави навинос через вікно чи доставку напоїв. У 2022 році, з початком повномасштабної війни, окремі підприємці в Україні почали доставляти каву клієнтам у термосах до домівок та офісів – більше як волонтерську ініціативу підтримки, але водночас це стало й новою послугою для утримання аудиторії. Невеликі заклади можуть без зволікань впровадити нові напої, змінити постачальників або цінову політику, працювати в скороченому режимі чи навпаки подовжувати години роботи залежно від попиту. Восени 2022 року, стикнувшись з енергетичними блекаутами, багато кав'ярень швидко обладналися генераторами та продовжили обслуговувати клієнтів навіть без централізованого електропостачання. Гнучкість у прийнятті рішень – одна з ключових переваг мікропідприємця над великими мережами, де зміни впроваджуються повільніше. Таким чином, кавовий бізнес у малому форматі виявляється стійкішим до шоків: він швидко реагує і підлаштовується, зберігаючи присутність на ринку там, де інші змушені згортатися.

Економічні потрясіння часто стають поштовхом до підприємництва з необхідності. Війна в Україні, що триває з 2014 року і різко ескалувала в 2022 році, спричинила одночасно масове безробіття в постраждалих регіонах і появу сотень тисяч внутрішньо переміщених осіб (ВПО), які потребували роботи на новому місці. У таких умовах багато хто звернувся до малого бізнесу – зокрема, до сфери приготування та продажу кави – як до відносно доступного способу відновити дохід. Статистика свідчить, що кавовий сегмент попри усі негаразди не лише вцілів, але й зростав під час війни. За даними компанії Poster, кількість кав'ярень в Україні у квітні 2024 року була на 35% більшою, ніж до повномасштабного вторгнення (грудень 2021) [7]. Це вражаюче зростання, особливо на тлі загального спаду ресторанного бізнесу (кількість ресторанів за той же час зменшилась на 17%, барів – на 32% тощо) [7]. Фактично, кав'ярні стали одним з двох сегментів громадського харчування (нарівні з фаст-фудом), які в умовах війни демонстрували динаміку відкриття нових закладів [7]. Така тенденція пояснюється кількома чинниками.

Кавова індустрія в Україні набула рис платформи для малого та мікробізнесу, особливо яскраво проявивши свій потенціал у часи економічних потрясінь. Низький поріг входу, висока рентабельність, мобільність і гнучкість роблять кавовий бізнес привабливим вибором для початківців. Досвід останніх років продемонстрував, що навіть війна та кризи не зупиняють розвиток цього сегменту; навпаки, вони стимулюють народження нових кавових ініціатив, які швидко адаптуються до реалій і задовольняють попит на улюблений напій українців.

Література

1. Шикіна О.В., Дикий П.Д. (2024) Тенденції розвитку кавового бізнесу. Науковий вісник Одеського національного економічного університету: зб. наук. праць; за ред.: В.В. Коваленко (голов. ред.). (ISSN 2409-9260). Одеса: Одеський національний економічний університет. 2024. № 12 (325). С. 124-130 URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2024/325/pdf/124-130.pdf>
2. Мале та мікро підприємництво. Що воно таке? URL: <https://surl.li/rioenu>
3. Справа молодих. Історії киян, які відкрили кав'ярні, заробляють та змінюють країну. URL: <https://surl.li/eewpdd>
4. Чому кав'ярня самообслуговування – це бізнес майбутнього? URL: <https://surl.li/dllnth>
5. Як відкрити мобільну кав'ярню з нуля? Бізнес-план кав'ярні на колесах. URL: <https://surl.li/ngxjyb>
6. Кавовий бізнес в Україні. Створення кав'ярні. URL: <https://surl.li/aobieb>
7. Кількість кав'ярень під час війни зросла на 35% – Poster. URL: <https://surl.li/qjldqp>