

Список використаних джерел:

1. Ємельянов, О. Ю. & Гришко, В. А. (2009). Управління якістю продукції машинобудівного підприємства в процесі формування його інноваційного потенціалу. *Збірник наукових праць "Економіка: проблеми теорії та практики"*, (253 (VII)), 185-191.
2. Касич, А. О., Назарова, М. В. & Климович, Т. А. (2008). Інноваційна продукція як основа підвищення конкурентоспроможності підприємств України. *Держава та регіони*, (2), 66-69.
3. Паршина, О. А. (2008). Управління конкурентоспроможністю інноваційної продукції в умовах глобалізації. *Наука й економіка*, (1), 135-140.
4. Ємельянов, О. Ю., Лесик, Л. І. & Висоцький, А. Л. (2015). Теоретичні засади формування та оцінювання виробничо-збутового потенціалу машинобудівних підприємств. *Бізнес Інформ*, (1), 124-130.
5. Висоцький, А. Л. (2014). Сутність та особливості збутового потенціалу як складової частини сукупного економічного потенціалу підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України: збірник науково-технічних праць*, (24.8), 225-233.

КАВОВИЙ БІЗНЕС ЯК ОДИН ІЗ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Карнаушенко Алла Сергіївна

ORCID ID: 0000-0003-1813-2792

канд. екон. наук, ст. викладач кафедри економіки та фінансів
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», Україна

Протягом останніх декількох років кавовий бізнес в Україні стрімко розвивається. Однією з головних причин є розвиток кавової галузі HoReCa, яка створила попит на категорію fresh coffee. Позитивно на ринок вплинуло укладення договорів про вільні поставки з провідними країнами-виробниками - В'єтнамом і Бразилією, а також вступ в дію угоди про асоціацію з ЄС щодо стандартизації товарів і послуг [1, 2].

Також можна констатувати поступову зміну культури вживання кави: все частіше українці віддають перевагу каві в кафе або ресторані чи на виніс замість домашньої або офісної. В домі та офісах все частіше з'являються напівпрофесійні і професійні кавоварки, які дозволяють робити напій, який можна порівняти за якістю з кавою, приготованою в ресторані або кафе.

Сьогодні середньостатистичний українець випиває в середньому 3 кг меленої кави в рік. На вулиці населення споживає близько 100 чашок кави. Причому споживачі орієнтуються на натуральну зернову або мелену каву. Майже половина споживачів на ринку вживають каву 1 раз на місяць, ще майже третина - 1 раз в 2-3 тижні. Десята частина споживачів вживають каву 1 раз в 2 місяці, 9% - 1 раз в тиждень. Лише 2% споживачів вживають каву більш ніж 1 раз на тиждень або щодня [3].

Аналізуючи показники імпорту кави за 2018 р в порівнянні з 2017 р обсяги зросли на 28,6%. Українське виробництво формується шляхом імпорту сировинного продукту - кавових зерен (Арабіка або Робуста) в Україні, де їх обсмажують, фасують, виробляють продукт без кофеїну та реалізують під своєю торговою маркою. У 2018 року виробництво кави зросло на 24,3% (рис. 1) [4].

Продаж кави - це високоприбутковий бізнес. Сучасний асортимент кави надзвичайно великий, а закупка кави в оптовій компанії коштує не дорого. Ціна зернової кави (100% Арабіка) в середньому складає 325 грн/кг. Для однієї чашки кави необхідно 7-8 г кави, що дорівнює приблизно 2,5 грн за чашку [5].



Рис. 1. Динаміка виробництва та імпорту кави в Україні, т.

В оптових компаніях, таких як ТОВ «Українська Кавова Компанія ЛТД», ціна на каву коливається між 170-200 грн/кг Робусти та 240-340 грн/кг Арабіки. В разі якщо оптова компанія також є імпортером зеленої кави й сама її переробляє, то це гарантія високої якості кави та її відповідності найменуванню. Роздрібні ціни складають від 350-700 грн/кг на аналогічну високо якісну каву [2, 6]. Кав'ярні є бізнесом не тільки успішним, а ще володіють гігантським потенціалом розвитку. Ринок продажу кави зараз залишається досить низьким. Згідно зі статистикою в Україні, ринок кави по споживанню ділиться в співвідношенні 15-20% натуральної кави і 80-85% розчинної кави. Кавовий бізнес займає друге місце в світі по обігу коштів, після енергоносіїв, випереджаючи зброю та високі технології. Також це основа економіки для багатьох країн світу (більше 50-ти).

Успіх нових кав'ярень заснований не стільки на продажі напою, а скільки на пропозиції європейованої, креативної, цікавої, «просунутої» атмосфери. Для організації кав'ярні на 40-60 посадкових місць початкові капіталовкладення складають приблизно 60-70 тис. доларів. Період окупності цих вкладень досягає півтора-два роки (за умови успішної роботи), а норма рентабельності закладу зазвичай не перевищує 70-80% [2, 7].

Такий рівень рентабельності досягається за рахунок рентабельності кави: - середня ціна гарної зернової кави (100% Арабіки) в середньому складає 325 грн/кг, якісної кавової суміші ТМ Romantic coffee Lucky Day (75% Арабіки і 25 % Робусти) – 292 грн/кг, кавової суміші ТМ Romantic coffee Espresso (50 % Арабіки і 50 % Робусти) – 240 грн/кг; - для однієї чашки необхідно 7-8 г кави; - з кілограма кави виходить 130 порцій кави; - приблизна собівартість 1 чашки дорівнює 325 грн / 130 чашок = 2,5 грн за чашку; - при цьому середня ціна одного еспресо в кав'ярнях коливається від 15 до 25 грн, а деякі заклади беруть до 30 грн за філіжанку; - отже, середня рентабельність дорівнює 22 грн / 2,5 грн * 100% = 900% рентабельності [2].

Висновки. В контексті глобального бізнесу український кавовий бізнес має стійку тенденцію до зростання. Сьогодні за обсягами споживання кави він значно уступає провідним світовим ринкам, проте характеризується швидкими темпами розвитку, що говорить про доречність організації кавового бізнесу в Україні з урахуванням особливостей його функціонування на території нашої країни та з використанням досвіду і тенденцій провідних країн.

Список використаних джерел:

1. *Рынок кофейного бизнеса в Украине.* (2020). Вилучено з <https://inventure.com.ua/analytics/investments/rynok-kofejnogo-biznesa-v-ukraine>
2. *Кавовий бізнес в Україні. Створення кав'ярні.* (2020). Вилучено з <https://coffee-ucc.com/ua/pro-kavu-ta-chay/kavovyy-biznes-v-ukrayini-stvorennya-kavyarni>

3. Зибарева, О.В. & Воронюк, Т.А. (2018). Ринок кави в Україні: поточний стан та перспективи розвитку. *Економічний форум*. (1). 25-30.
4. Карнаушенко, А. С. (2019). Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку роздрібного товарообороту в Україні. *Ефективна економіка*. (1). Вилучено з <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6847>
5. Ihnatenko, M., Marmul, L., Petrenko, V., Karnaushenko, A. & Levaieva, L. (2020) Innovative Tools in the Methodology and Teaching of the Basic Principles of Enterprise Management. *International Journal of Management*, (11, 6), 847-854 Вилучено 3 <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=6>
6. Petrenko, V.S. & Karnaushenko, A.S. (2020). *Assessment competitiveness of innovative enterprises with foreign investments*. Bezpartochnyi, M. (scientific edited) *New trends in the economic systems management in the context of modern global challenges: collective monograph* (149 – 159). Sofia: VUZF Publishing House “St. Grigorii Bogoslov”, ISBN 978-954-8590-85-3
7. Карнаушенко, А.С. (2020). Кавова індустрія в Україні: Сучасний стан та перспективи розвитку. Приазовський економічний вісник. (2(19)). 103-109. <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-2-18>

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Ємельянов Олександр Юрійович

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка», Україна

Забезпечення економічного розвитку підприємств потребує нарощування їх економічного потенціалу. При цьому слід враховувати наявність значної кількості видів такого потенціалу [1]. Зокрема, науковцями виділено виробничо-збутовий [2], маркетинговий [3], інноваційний [4], інвестиційний [5] та інші види потенціалу суб'єктів господарювання. Не заперечуючи важливість запропонованих у науковій економічній літературі способів класифікації видів економічного потенціалу підприємств, з точки зору подальших досліджень формування цього потенціалу доцільним є доповнення існуючих ознак його класифікації такими:

1) за основними видами господарської діяльності. За цією ознакою доцільно виділити: потенціал операційної діяльності, потенціал інвестиційної діяльності та потенціал фінансової діяльності підприємств;

2) за динамікою змін в економіко-виробничій системі підприємства. За цією ознакою слід виокремити: статичний потенціал підприємства (сукупність функціональних властивостей підприємства, які воно проявляє або може проявляти за певних умов його зовнішнього середовища на даний момент часу або за даний проміжок часу), динамічний потенціал (сукупність функціональних властивостей підприємства, які воно може додатково набути за певних умов його зовнішнього середовища або за певних змін цих умов). Своєю чергою, найважливішим різновидом динамічного потенціалу підприємства є потенціал його економічного розвитку;

3) за наслідками для суб'єкта оцінювання потенціалу підприємства. За цією ознакою можна виділити: позитивний потенціал (сукупність функціональних властивостей підприємства, які воно проявляє або може проявляти за певних умов його зовнішнього середовища за умови, що результати такого прояву мають або матимуть позитивні наслідки для суб'єкта оцінювання), негативний потенціал (сукупність функціональних властивостей підприємства, які воно проявляє або може проявляти за певних умов його зовнішнього середовища за умови, що