

## Реалії та перспективи ринку антикафе в Україні: геомаркетингові та суспільно-географічні аспекти

Антикафе (інші назви being place, time cafe, time club) – це формат закладів, призначенням яких є виключно культурний відпочинок, зустрічі, робота та проведення дозвілля. Це заклади, де люди платять не за їжу, а за час перебування у них. Вони стають дедалі популярнішими. Формат антикафе затребуваний, адже люди хочуть відпочивати по-новому, а у кого мале коло спілкування – знайти нових друзів.

Варто згадати появу комп'ютерних ігрових клубів в кінці 1990-х, які набули популярності в перше десятиліття XXI ст. В таких клубах відвідувачі платили погодинно за користування комп'ютером. Звідси й пішли витоки ідеї тайм-клубів. А в деяких публікаціях згадується, що творцем моделі антикафе є Деніс Серре, який відкрив кафе в американському місті Солт-Лейк Сіті, засноване на принципі «free donations», тобто «плати, скільки хочеш». Але за іншою версією автором концепції «антикафе» вважається російський підприємець Іван Мітін. Перший свій заклад він відкрив у 2010 році в Москві. Називався він «Будинок на дереві».

Проводячи час в «Будинку на дереві», платити можна було скільки завгодно, складаючи гроші в спеціальну валізу. У «Будинку на дереві» були кава, чай, можна було приносити свої частування (але не спиртне), був інтернет, принтер, інші пристосування для того, щоб плідно провести час. «Будинок на дереві» відкрився восени 2010-го року, коли кілька друзів склалися коштами на оренду невеликого приміщення в центрі Москви і запросили всіх бажаючих приходити в гості. На сьогодні московське антикафе «Будинок на дереві» не функціонує. Але саме воно стало поштовхом для створення однієї з відомих мереж антикафе: вже восени 2011 року в Москві з'явився єдиний на той час заклад вільного простору «Циферблат» (засновник також Іван Мітін). [4].

У 2012 році почалося масштабне відкриття антикафе і поширення їх в країнах СНД і Європи (Чехія, Словаччина, Франція, Німеччина, Фінляндія, Великобританія), США і Канаді. Найбільші мережі антикафе були побудовані на основі франшизи. Зараз кількість вільних просторів в світі оцінюється в сотні.

В Україні відомі тайм-кафе «Циферблат», «Бергамот», «Mr.Bukovski» (Київ), «Гости», «Уровень», «Обломов», «Дома» (Харків), «соММuna» (Львів) та інші. Найбільш вони розповсюджені в Києві, де вперше і з'явилися. Також вільні простори є в Харкові, Дніпропетровську, активно конкурують між собою подібні заклади в Запоріжжі, популярні вони й в Одесі, хоча тут більш активно розвиваються ідеї «коворкінгу». Можливо, саме завдяки значній варіативності їхніх функцій така велика чисельність антикафе може існувати поруч навіть в одному місті й знаходити своїх прихильників всередині однієї цільової аудиторії.

Охарактеризуємо кілька визнаних антикафе України.

«Циферблат» – це перше кафе такого типу у світі, це перша мережа вільних просторів. До того ж, її можна вважати міжнародною. Також представник даної мережі став першим антикафе, відкритим в Україні, в Києві. «Циферблат» в столиці розташований біля Золотих Воріт, які колись були центральним в'їздом в історичний Київ. Зручне розташування, затишне півтораповерхове приміщення та домашня атмосфера. Цей заклад підійде як для нестандартного романтичного побачення, так і для дружньої розмови, або для організації робочого процесу. Для всього цього та багато іншого тут є всі зручності. Щодо цінової політики, то в «Циферблаті» вона стандартна для всіх крупних антикафе: 1 година – 30 грн, всі наступні – по 15 грн. Оплата похвилинна. Також періодично діють акції, можна отримати фляер за кожні 3 години на наступний раз зі знижкою («30 безкоштовних хвилин щастя»). [4]

На початку 2013 року перше антикафе було відкрите у Львові, яке і досі приваблює відвідувачів. «СоММuna» – це місце вільних людей, тут немає обмежень, окрім розпивання алкоголю. Вдень 15 хвилин – 5 грн. Перша година – 20 грн., а усі наступні – по 16 грн. Вночі 30 хвилин – 5 грн., 1 год – 10 грн. У вартість однієї хвилини або ж години входить користування настільними іграми (яких більше п'яти), нетбуками й стаціонарними комп'ютерами, смакування какао, узвару, печива, цукерками. У антикафе є мольберти, де можна малювати, а також різні сучасні журнали. Кожен охочий, за додаткову вартість, може купити собі так звані «снеки», роздрукувати або зробити ксерокопію необхідного, а також телефонувати закордон [6].

Позиціонують себе власники «СоММuna» як комуну інтелектуалів. Тому головною фішкою закладу в плані меню є те, що вони не подають стандартні каву та чай, а варять лише какао – адже саме цей напій дають дітям в дитинстві для кращого розумового розвитку. Як і в інших антикафе, тут наявні настільні ігри, книжки, багато місця для маленьких та великих компаній. Також у користування відвідувачам надаються стаціонарні комп'ютери та нетбуки, а за додаткову плату можна навіть скористатися послугами ксероксу або принтеру. Все для студентів.

Ще однією особливістю стало те, що «СоММuna» працює цілодобово, що не є характерним для більшості антикафе. А також цікавим є наявність місячного абонементу на відвідування закладу з 50% знижкою. У львівському закладі ціни нижчі від столичних. Ідея коворкінга втілюється у роботу антикафе. Тут створені умови для проведення різних заходів, фотосесій, конференцій, свят тощо. Вільний простір для вільних людей (натяк на фрілансерів) [6].

До прикладу історія створення антикафе у м. Полтава. Формат «антикафе» завжди важко приживався в Полтаві. Можливо, колись ще не був час для таких закладів, вони були незрозумілі для відвідувачів та сприймалися з подивом чи навіть острахом. Та Friendzone з'явилися: заклад у Полтаві дуже симпатичний ззовні із не менш гарним змістом. Швидкісний Інтернет, проектор з екраном, зручні меблі дають можливість проводити семінари та тренінги на будь-яку тематику, та у той же час блискавично переключатися між роботою та відпочинком. Слідуючи головному принципу антикафе, відвідувачі сплачують у закладі лише за проведений час. Кава/чай та солодощі входять у вартість. Можна приносити свої напої, їжу, проводити свята, спільні вечори з друзями, побачення [2].

Прикладом може бути й історія створення антикафе у Дніпропетровську у 2016 році. Це найбільше в Європі антикафе. Площа

закладу більше 600 м<sup>2</sup>, на яких можна усіяко розважатися [5].

Антикафе «Місце», яке знаходиться в самому центрі Дніпра, відмінно підходить як для веселих посиденьок з компанією, спокійного проведення часу для двох, так і для роботи або відпочинку на самоті. Тут можна послухати акустичний концерт, вдалосталь нтанцюватись, пограти в настільні ігри або ж зіграти в настільний теніс.

Відкриття декількох антикафе в українській містах: Київ, Львів, Дніпропетровськ, Полтава тощо, доводить, що цей формат кафе є перспективним. І користуються такі заклади великим попитом серед клієнтів, які цінують, в першу чергу, комфорт, затишок і спілкування, а не можливість добре повечеряти, попиту пиво чи потанцювати. За словами підприємців бувають дні, коли у їхніх антикафе, взагалі, не залишається вільних місць. Розвиток креативної економіки в Україні пов'язаний із розвитком креативних вмінь, збільшенням кількості творчо мислячих працівників та із зростанням кількості фірм в креативних індустріях. Рівень доходів представників творчого класу і компаній, що входять в креативний сектор, перевищує середній загальнонаціональний рівень. Люди надають перевагу новому, а особливо це стосується молоді, тому формат «антикафе» є не набридливим для відвідувачів. У антикафе можна провести святкові заходи, організувати семінари, лекції, тренінги, презентації або просто посидіти і поговорити за чашкою кави або чаю. Крім того, в антикафе пропонують послуги: безкоштовний Wi-Fi, паркування, настільні ігри, дитячу кімнату. Все це приваблює клієнтів, які не люблять проводити вільний час вдома, а прагнуть до спілкування.

Як показали дослідження, основною цільовою групою антикафе є молодь віком 15-27 років, комунікабельна, яка люблять подібний вид відпочинку, яка має вільний час і володіє невеликими грошовими коштами для відвідування антикафе. Аналіз ринку показує, що на кожні 250 тисяч населення міста рентабельно відкриття одного антикафе.

Комерційним плюсом формату антикафе є те, що відкриття подібного закладу не вимагає багато узгоджень, на відміну від традиційного кафе, оскільки такий майданчик може бути оформлено за класом «організація заходів». Для реалізації проекту пропонується зареєструвати ТОВ із зазначенням наступних видів діяльності відповідно до КВЕД-10.96.09: надання інших індивідуальних послуг. Більшість антикафе вказують це як основний вид діяльності [3].

Отже, мережа антикафе не втрачає свої позиції на ринку, а навпаки завойовує все більше і більше прихильників в різних містах та країнах. Основним плюсом такого закладу є, звісно, атмосферність та вигідна відмінність на ринку послуг. Антикафе виконує безліч функцій, а саме робочу, що дозволяє комфортно працювати віддалено; розвиваючу, так як на території антикафе проводяться різні тренінги, майстер-класи, лекції та інше; розважальну і комунікативну. Дані функції принципово відрізняють цей формат від інших видів дозвілєвих просторів і роблять їх одними з найбільш затребуваних в сучасному українському суспільстві.

За результатами проведених досліджень, були розроблені блоки, на які необхідно звернути увагу власникам антикафе для посилення їх позицій на ринку, а саме: ведення та управління сторінками в соціальних мережах (Телеграм, Фейсбук, Instagram); реклама в соцмережах; роздача листівок; зовнішня реклама (вивіска); розміщення постерів в освітніх установах міста; купонні знижки і роздача флаєрів; проведення рекламних акцій; продаж абонементів. Перспективним для антикафе є залучення відомого блогера свого міста. Він має авторитет серед свої підписників (їх може бути від 20-30 тисяч). І те, що він порадить, люди захочуть це спробувати, відвідавши заклад.

Також власникам необхідно досконало підготувати персонал до зустрічі гостей.

Для перспективної роботи антикафе рекомендовано провести заходи щодо вдосконалення дизайну; урізноманітнити меню (з урахуванням своєї специфіки); звернути увагу на заохочення постійних відвідувачів з метою закріплення клієнтури і її розширення. Все це дуже важливо для антикафе, адже завдяки цьому воно буде розвиватися і приваблювати до себе все більше людей. І прибуток його буде збільшуватися [1].

Для перспектив у антикафе радять збільшувати кількість заходів на свіжому повітрі. Цей крок привертає нових відвідувачів та розширює потенціал закладу. Антикафе може планувати дві зони відпочинку – внутрішню залу та літню терасу, де достатнім буде розмістити пуфики для сидіння, рослини та, наприклад, екран для перегляду фільмів.

Отже, антикафе та їх діяльність – це досить привабливий та перспективний напрям ресторанного бізнесу. Адже в сучасному суспільстві все більше урізноманітнюються види організації дозвілля. Для України є актуальним даний вид бізнесу, практикується він в країні на рівні з європейськими державами.

## Література:

1. Антикафе – місце де володієш часом. URL : <https://tinyurl.com/y9kdrxyq>
2. Мелюхнов Ігор. Креативні простори Полтави. Тут реалізуються задуми. URL : <https://zmist.pl.ua/analytics/kreativni-prostori-poltavi-tut-realizovuyutsya-zadumi-chastina-2>
3. Назва видів економічної діяльності та пояснення до них. URL : <http://kved.ukrstat.gov.ua/>
4. Новое место: Пространство «Циферблат». URL : <https://www.the-village.ru/village/service-shopping/service/109477-novoe-mesto-svobodnoe-prostranstvo-tsiferblat>
5. У Дніпропетровську відкрили найбільше в Європі антикафе. URL : <https://11tv.dp.ua/news/dp/20160125-26405.html>
6. Communa: у Львові відкрилось перше антикафе. URL : <https://inspired.com.ua/creative/interior/communa-lviv/>