

УДК 664.641.2

Наталія Фітель

студентка кафедри готельно-ресторанного бізнесу,

Орися Іжевська

*канд. тех. наук, доцент кафедри
готельно-ресторанної справи,
Львівський державний університет
фізичної культури
імені Івана Боберського*

АРОМАТНИЙ ОГЛЯД РИНКУ КАВИ В УКРАЇНІ

Батьківщиною кави вважають Ефіопю. Каву почали культивувати у тропічних регіонах Азії, Південної Америки, Африки. На світовий ринок каву поставляють понад 50% країн. Найбільшими імпортерами є країни Західної Європи. Українські виробники імпортують сировину не з країн-виробників, а через посередників. Вони купують сировину у країн-сусідів, зокрема в Польщі (майже дві третини всіх замовлень), а також у Німеччині, Італії, Австралії, В'єтнамі та Індії [1,2].

Метою дослідження було проаналізувати споживчий ринок кави в Україні.

В Україні у 2022 році споживання залишилося на колишньому рівні (у натуральному вираженні), однак від високого цінового сегмента споживачі кави перейшли до середнього – позначається знецінення гривні на тлі колишнього рівня зарплат. Крім того, через кризу та військовий стан у країні, споживачі стали витратити менше на відвідування кафе і ресторанів, а більше часу проводити вдома, що також позитивно позначилося на рівні продажів фасованої кави.

Проте, попри всі перепони, кавовий бізнес в Україні розвивається інтенсивно, сьогодні зростає попит на порційні стіки і середньоціновий сегмент продукції.

В Україні розвивається кавова культура і постійно восени відбуваються фестивалі кави. По праву столицею кави вважається Львів. Саме тут уже кілька років поспіль відбувається міське свято «На каву до Львова», крім того, виробництва «Галка» і «Nescafe» розміщені

в цьому місті. Також популярністю користуються бренди «Кава зі Львова» і «Львівська копальня кави». Кавові фести проходили в Києві, Кам'янці-Подільському та навіть у Миколаєві.

У великих містах набирають популярність інді-кав'ярні, де можна не тільки випити кави, а й купити меленої або зернової в пакованні, розробленому спеціально для конкретної кав'ярні.

Найбільш популярним видом кави є розчинна. Вона становить 63,8% продажів, далі йде мелена і зернова кава – 21,4, кавові мікси – 14,4%. Якщо говорити про пакування, то споживачі віддають перевагу невеликим партіям вагою до 400 грам. Це стосується зернової, меленої і розчинної кави. Однак для меленої та зернової кави спостерігається тенденція до збільшення відсотка купівлі великих паковань. Це пов'язано з економією коштів.

Нами було проведено маркетингове дослідження частоти споживання кави. Серед 350 опитаних споживачів більш ніж 49% споживачів купують каву 1 раз на місяць, 31% – 1 раз на 2–3 тижні, 10% – 1 раз на 2 місяці, 8% – 1 раз на тиждень і тільки 2% – понад 1 раз на тиждень. Постійні покупці в середньому випивають 2 чашки кави на день і купують каву для себе (80%).

Основними критеріями вибору кави є смак, ціна, популярність бренду і реклама, країна-виробник, дизайн пакування, обсяг пакування, акції та знижки в місцях продажів, поради друзів і знайомих.

Понад 73% споживачів купують каву в традиційних місцях – це супермаркети, а також продуктові магазини, ринки. Частка купівлі в гіпермаркетах становить 13%, спеціалізованих магазинах і відділах кави – 12%, ларки і намети на вулиці – 1%, інших точки продажу – 1%.

60% українських споживачів схильються до купівлі кави міжнародних брендів. По-перше, тому що вони є основними гравцями ринку, по-друге, завдяки інтенсивним рекламним кампаніям вони більш пізнавані. По-третє, кава в Україні не росте, і підсвідомо міжнародний бренд асоціюється з більш якісною продукцією. Кава в Україні найбільш сильно схильна до падіння продажів внаслідок підняття ціни. Це означає, що культура пиття кави до кінця не сформована і сильних зв'язків з брендами у масового споживача не існує.

Найбільш популярними брендами є (за сегментами): розчинна кава («Jacobs» і «Nescafe»), зернова і мелена кава («Lavazza» і «Jacobs»), кавові напої («MacCoffe», «Jacobs», «Nescafe»).

«Nescafe» належить корпорації «NESTLÉ». В Україні каву «Nescafe» виготовляють на львівській кондитерській фабриці «Світоч». У 2020 році підприємство отримало чистий прибуток у розмірі 271 млн. грн. Обсяги реалізації кави у 2020 році збільшилися майже в 2,3 раза до 1,365 млрд. грн (що становить 58,9% від загального обсягу реалізації всієї продукції фабрики) [3].

Філософія «NESTLÉ» полягає в підтримці національних виробників, але вирощувати каву в Україні неможливо. Кавові зерна закуповують, а гранули виробляють в Україні.

Україно-англійське підприємство «Галка ЛТД» розташоване у Львові. Сировину для кави «Галка» закуповують в Індонезії, Бразилії, Гватемалі, Екваторі, Ефіопії, Індії, Кенії, Колумбії, Мексиці, Гвінеї, Сальвадорі, Танзанії та Уганді. Найбільш популярним товаром компанії є кава низького і середньоцінового сегмента (25% – всієї розчинної кави, 17% – зернової та меленої, кавових напоїв – 67%). Чистий прибуток в 2020 році становив 37,65 млн грн. Це в 2,2 раза більше, ніж 2019 року.

Ключові слова: кава, реалізація, імпорт, реклама.

Список використаних джерел

1. Іжевська О.П. Технологія продукції ресторанного господарства : навч. посіб. / О.П. Іжевська.– Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2020.– 290 с.
2. ГОСТ Р 51881–2002. Кава натуральна розчинна. Загальні технічні умови.
3. Кольор.– URL: <https://koloro.ua/ua/blog.html>.