

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ СПОЖИВАННЯ КАВИ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ: СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИЙ АСПЕКТ

Ключові слова: споживання кави, арабіка, робуста, обсмажена кава, розчинна кава, кава без кофеїну.

Вступ. Актуальність теми. Кава - один з найпопулярніших напоїв у світі, і є дуже важливим товаром в світовому господарстві. Її значення важко переоцінити, адже для широких мас споживачів цей продукт давно став звичною частиною раціону. Кава є важливим експортним продуктом більш ніж для 50-ти країн. Крім цього, вона має величезне економічне значення для мільйонів людей, які прямо чи опосередковано залежать від її виробництва та реалізації як основного засобу для існування.

На сучасному етапі розвитку України ринок кави – один з найбільш активно зростаючих ринків харчової сфери. Який разом з культурою споживання кави, знаходяться тільки на стадії формування.

Формулювання цілей статті. Постановка завдання. Метою даного дослідження є аналіз сучасних тенденцій у споживанні кави в світі загалом та в Україні. Будуть запропоновані певні дії, які допоможуть нашій державі посісти достойне місце у світовому рейтингу кавових країн.

Виклад основного матеріалу. Перш ніж розглянути сучасні світові тенденції споживання кави, варто зазначити, де ж саме вирощується кава, і хто її найбільше експортує.

За даними ICO (International coffee organization) у 2013 вартість операцій пов'язаних з кавою становить 16,5 млрд. \$., 96 млн. мішків кави по 60 кг (5,8 млн. т) - були відправлені. Виробництво кави у 2011-12 роках дорівнює 7,8 млн. т., в цей час світове споживання кави становить 8,1 млн. т (135 млн. мішків). [4]

Тож, за останнє десятиріччя (2001/2002- 2011/2012 роки) світове виробництво кави збільшилось на 23.5 мільйони мішків (21%), здебільшого завдяки лідерам - Бразилії та В'єтнаму.

Існують два основні види кавових дерев, що використовуються у промислових масштабах: *Coffea arabica* - Арабіка та *Coffea canephora* - Робуста. На ці два види по різних оцінках припадає до 98% кавового виробництва. Цей об'єм розподіляється у співвідношенні 70% - Арабіка, 30% - Робуста. На інші 30, а то й 70 видів, приходиться лише 2% світового виробництва кави. [5]

Кава вирощується в 70 країнах. В Топ-10 виробників кави у 2012/13 роках увійшли наступні країни: Бразилія (50,8 млн. мішків), В'єтнам (22 млн. мішків), Індонезія (12,7), Колумбія (10), Ефіопія (8,1), Індія (5,3), Гондурас (4,9), Перу (4,5), Мексика (3,9), Уганда (3,2). [7]

Щодо географічної структури, то найбільше виробляється кави в Південній Америці та Азії, дещо менше в Африці та Центральній Америці.

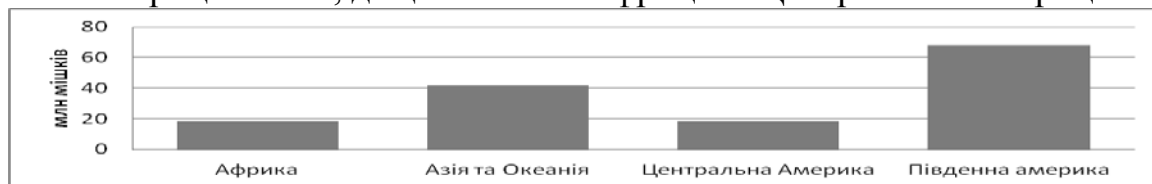


Рис.2. - Виробництво кави в регіонах світу (2013 рік) (складено за матеріалами [7])

Основними експортерами на світовому ринку кави виступають Бразилія, В'єтнам, Колумбія, Індонезія, Гондурас, Гватемала, Перу, Індія, Ефіопія, Уганда та інші.

Основними імпортерами кави у період з 2007 по 2011 роки є: країни ЄС, США, Японія, Швейцарія, Алжир, Канада, Південна Корея, Росія, Австралія, Малайзія та інші.

Для того щоб повністю оцінити споживання кави в світі та Україні, потрібно розглянути які фактори є визначальними і найбільше впливають на споживача:

- дохід є важливим фактором, що впливає на попит кави. У багатьох відношеннях це не дивно, особливо коли кава як і раніше сприймається багатьма як предмет розкоші, особливо в країнах з низьким рівнем доходу;

- спосіб життя, дієта. Кава традиційно визнається як повсякденний напій, який часто можна побачити в якості стимулятора і допомоги у жвавості. Також кава має соціальну функцію, що дозволяє людям спілкуватися: "Давайте вип'ємо кави» це фраза, що часто використовується при неформальній зустрічі, незалежно від того, кава буде питись чи ні;

- конкуренція з боку інших напоїв також є важливим фактором, що впливає на попит на каву. За 30 останніх років безалкогольні напої стають

все більш популярними, особливо серед молодих людей. Ціна може бути основним чинником у зміні до альтернативного напою, але турбота про здоров'я і реклама також забезпечують сильні мотиви щоб перейти до інших напоїв.

- тарифи і податки.

Якщо розглядати споживання кави загалом, як ми бачимо на Рис. 3., у порівнянні з 2003 роком, споживання кави значно зросло, а саме за рахунок країн, що розвиваються та країн експортерів кави. Споживання кави в традиційних ринках також зросло, проте на порівняно низьку частку.

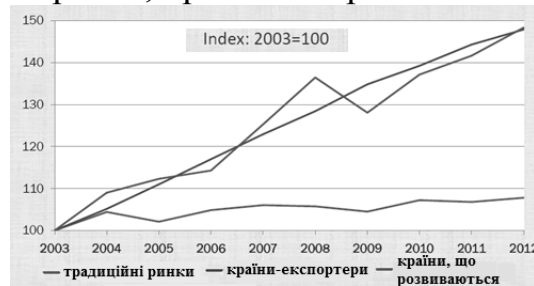


Рис. 3. – Споживання кави в світі (складно за матеріалами [7])

Загальне споживання кави зросло від 114 млн. мішків у 2003р. до 142 млн. мішків у 2012 р. Найбільше зростання спостерігалось в Азії, Австралії та Океанії та в Південній Америці. Дещо впала частка від загального світового споживання в Європі та Північній Америці.

Для оцінки світового споживання кави мною було проаналізовано низка матеріалів. Зокрема в [7], у країнах які зображені на карті споживається близько 65% кави в світі, тобто можна констатувати, що вони є головними споживачами кави. Найбільше кави споживається в США. Ця країна є абсолютним лідером по споживанню кави (22000 тис. мішків). Сюди кава імпортується переважно з Бразилії, Колумбії, В'єтнаму, Мексики. 92% всього споживання кави становить обсмажена кава в зернах та мелена, частка розчинної кави є дуже низькою і становить близько 8%. Загалом 85% обсмаженої і меленої кави продається для споживання вдома, де домінує американський спосіб приготування. В 1991 році в країні було близько 500 вишуканих або спеціальних кав'ярень, в 2010 – 10000 (до цих чисел не входять - кіоски, кафе в книгарнях, торгові автомати, транспортні засоби та ін.), що свідчить про значний розвиток даного виду споживання. Зараз найбільшим обсмажувачем кави в США є J.M. Smucker, за ними Kraft Foods.

Європа також є одним з найбільших світових споживачів кави, зокрема варто виділити такі країни: Німеччина (9460 тис. мішків), Франція (5408), Італія (5460), Іспанія (3054). Дещо меншим є споживання в Польщі, Великій Британії, Швеції, Фінляндії, Росії. Найменше споживається в Україні та Туреччині. В більшості західноєвропейських країн основну частку ринку становить обсмажена кава, значно менша частка розчинної кави, винятком є Велика Британія, в якій частка споживання розчинної кави становить 75%. Аналогічна ситуація спостерігається в більшості країн, що розвиваються: Україна, Росія, Туреччина.

У всіх країнах переважає споживання кави вдома, проте чим більш розвиненою країна є в економічному плані - відповідно зростає частка споживання кави поза домом (HoReCa). Наприклад в Бельгії та Данії споживання поза домом становить близько 20%, в Польщі -5,6 %.

Проте, найкращим показником за допомогою якого можна оцінити рівень споживання кави є споживання кави на душу населення. Найвищим даний показник є в Скандинавських країнах: Фінляндія (12,3 кг), Норвегія (9,7 кг), Данія (8,7), Швеція (7,3). Доволі високим є споживання у всіх західноєвропейських та південноєвропейських країнах (Італія 5.7, Франція 5.7). Високим є споживання В США, Канаді, Японії, Бразилії. Найнижчі показники спостерігаються у більшості Африканських та Азійських країнах (менше 1 кг).



Рис.5.- Споживання кави та її структура в імпортуючих країнах (складено за матеріалами [8])

Відслідковуючи, загальні світові тенденції споживання кави, можна поділити їх на певні сегменти: ринок обсмаженої та меленої кави, ринок розчинної кави, кава без кофеїну, та ринок готових до вживання кавових екстрактів або концентратів. Розглянемо кожен з них детальніше.



Рис. 6.- Споживання кави на душу населення [4]

Обсмажена кава (в зернах та мелена). Розрахунки показують, що близько 100 млн. мішків чи 76% всієї кави споживається в світі в

обсмаженому і помеленому вигляді. В імпортуючих країнах близько 75% споживання - це смажена і мелена, 87% з цієї кави обсмажена в країні, куди доставляється. Решта імпортується з інших країн споживачів, і також у меншій мірі від країн, де вирощено. У міжнародній торгівній практиці використовуються переважно зелені кавові зерна, що пов'язано з їх властивістю зберігатися протягом довшого періоду часу, ніж обжарене й, тим більше, мелене зерно. [5]

Сильно зростає транскордонна торгівля смаженою кавою між країнами – імпортерами (тобто між країнами, куди вона раніше була доставлена сировою). ЄС домінує у цій торгівлі, і в 2010 на ЄС припадало 77% експорту смаженої кави. Країни-виробники мають частку близько 1,5% в торгівлі смаженою кавою. США, Канада і маленьке число інших держав охоплюють 21,5% торгівлі обсмаженою кавою.

Торгівля смаженою кавою від джерела походження є обмеженою: в 2011 році лише 222 500 мішків були експортовані з країни-виробника в смаженій формі у порівнянні з 7,1 млн. мішків розчинної і 89,3 млн. мішків зеленої кави.

Миттєва або розчинна кава. Термін «моментальна кава» або «розчинна» охоплює висушений розпилений порошок, сухий виморожений порошок та зрідженні форми кави такі як рідкі концентрати.

В Європі ріст попиту був відносно невеликим близько 0,2% в рік, що є значно нижчим показником ніж загальне споживання по всіх видах кави. У Сполученому Королівстві, де розчинна кава складає близько 75% загального споживання, попит почав показувати явні знаки спаду, але зріс інтерес до спеціальної розчинної кави (такої як миттєве капучіно). В інших країнах Європи введення нових спеціальних миттєвих кавових продуктів також підвищило попит на розчинну каву, але ці тенденції були короткочасними. [5]

Велика частина із недавнього зростання у споживанні розчинної кави пов'язана із зростанням попиту у Східній Європі в Східній і Південно-Східній Азії – обидва регіони де розчинна кава займає велику частку на ринку. У Східній і Південно-Східній Азії було величезне зростання попиту на продукт знаний 3в1, продукт, що комбінує зручність розчинної кави з вершками і цукром, як правило в одному пакетику одна порція. [5]

В 2010 біля 70% розчинної кави було спожито у імпортуючих країнах, які її і обробили, відповідний показник в 2000 році складав 83%.

На ринку розчинної кави домінують 2 міжнародні фірми: Nestlé and Kraft Foods (75% світового ринку). Одна з них чи обоє присутні на головних споживчих ринках і на ринках країн-виробників. Також часто присутній 3-й постачальник на кожному ринку. Наприклад в США Procter & Gamble охоплює велику частку на ринку, коли Ueshima Coffee Company є важливою в Японії. Найбільші компанії виробляють розчинну каву на власних заводах і рідко отримують каву від зовнішніх постачальників. [5]

Кава без кофеїну. Кава без кофеїну була розроблена в Європі, але досягла свого першого широкого ринку в Сполучених Штатах під час 1950-х. Світове споживання кави без кофеїну важко оцінити через відсутність окремих даних про цей тип кави в багатьох країнах-імпортерах. У Сполучених Штатах, споживання кави без кофеїну було відносно стабільним з 2000 по 2005, і складало 8% - 9% від обсягу основних продажів і близько 20% спеціальних продажів кави. Після цього було збільшення продажів, які згодом знову впали до 13% в 2011 році (з 16% у 2009 році). Загалом по світу споживання кави без кофеїну було досить стабільним з 2000 року, і в багатьох країнах кава з низьким рівнем кофеїну є продуктом, що входить до складу лінії виробництва.

Підраховано, що на каву без кофеїну в даний час припадає близько 10% всіх продажів кави. Як правило, вона володіє лише невеликою надбавкою ціни в порівнянні із звичайною кавою і часто продається за тією ж ціною. У 2010 році торгові джерела оцінили, що вартість процесу коливалася від \$ 0.50/кг до \$ 0.65/кг із зелених зерен - це самий дешевий спосіб з використанням хлористого метилу. [5]

Готові до вживання і екстракти або концентрати. Консервована або готова до вживання (ГДВ) кава вперше була розроблена в Ueshima Coffee Company. В 2010 на її частку припадало майже 20% від загального обсягу споживання в Японії, де вона продається в основному через торгові автомати. ГДВ рідина кави в пластикових пляшках і в ПЕТ упаковках також дуже популярна і як правило, продається в супермаркетах. В даний час вона складає всього 10% від споживання кави в Японії.

Консерви кавових продуктів охоплюють хороші позиції на багатьох ринках, що розвиваються в Азії, особливо в Китаї, хоча успіх продукту в значній мірі залежить від доступності в торгових автоматах. [5]

Розглянемо, яка ситуація зі споживанням кави склалася в Україні. Згідно з інформацією, озвученою на кавовій конференції India International Coffee Festival в Делі, за останні 10 років Україна вибилася у світові лідери за темпами росту ринку кави. Середньорічне споживання кави в Україні зросло на 23%, поставивши тим самим світовий рекорд за динамікою зростання.

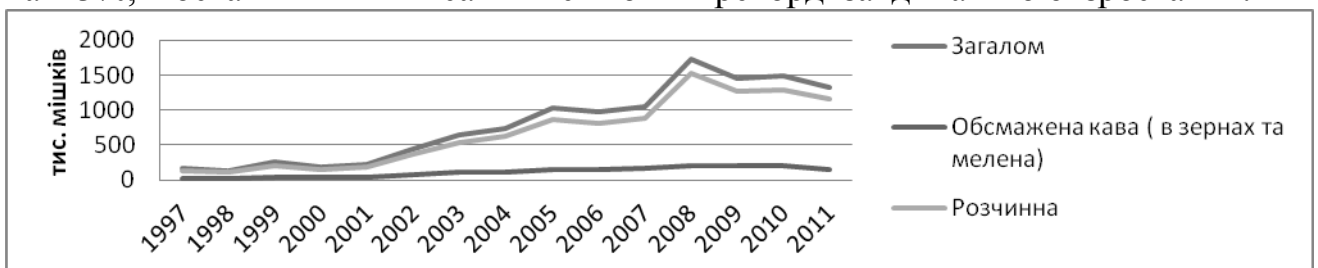


Рис. 7.- Динаміка та структура споживання кави в Україні

Якщо у 2000 році в країні було спожито 179 тисяч мішків кави (стандартна одиниця вимірювання Міжнародної Кавової Асоціації, вага мішка дорівнює 60 кг), то в 2010-му ця цифра склала 1485 тисяч мішків. Значно зросло споживання розчинної кави; споживання обсмаженої кави в зернах та меленої також зросло, проте на значно меншу частку. [4]

В Україні 85% споживаної кави – розчинна, 15% – обсмажена (у свою чергу вона поділяється на мелену (80% усього споживання) і кава в зернях (20%)). Частка споживання кави без кофеїну становить 0,17%. За іншими даними ("Маркетингова компанія Сінергія") найбільш популярним в структурі продажів кавової продукції в Україні є розчинна кава, яка становить близько 40% загального обсягу продажів, мелена кава - 30%, кавові суміші - 25%.

У порівнянні з іншими європейськими країнами, споживання кави в Україні є дуже низьким, проте зростає з кожним роком. За оцінками маркетологів середньостатистичний українець в 2004 році випивав 0,8 кг кави рік, у 2012 році за різними оцінками - 1,2 - 1,5 кг. Не дивлячись на позитивну динаміку, рівень споживання цього напою ще дуже далекий в середньоєвропейського показника - близько 6 кг в рік.

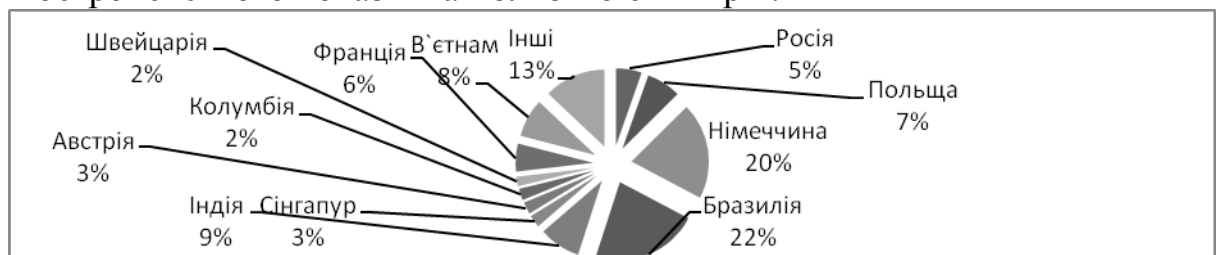


Рис. 8.- Географічна структура імпорту кави Україною у 2012 році (складено за матеріалами [4])

Як і в усьому світі, в нашій країні існують два основних сегменти споживання кави. Перший, близько 70% ринку – роздрібний ринок, тобто продажі напою в магазинах для подальшого домашнього вжитку. Тут лівова частка продукту припадає на розчинну каву, що на 80% представлена найбільшими транснаціональними корпораціями.

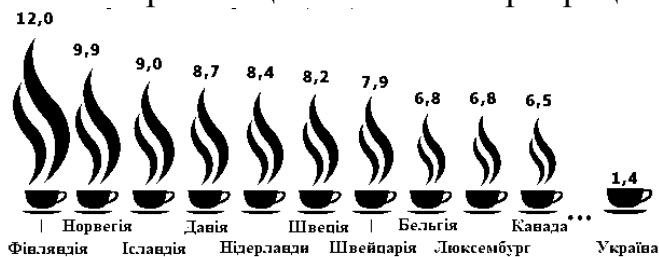


Рис. 9.- Топ-10 країн по споживанню кави на душу населення у порівнянні з Україною (в кг) [3]

Другий головний сегмент ринку кави, фахівці називають HoReCa - 25-30%. Тобто це кава, який клієнт споживає не на власній кухні, а в публічних місцях. Тут лівову частку становить кави "speciality". Прикладами можуть бути такі мережі кав'ярень: "Kredens cafe", "Кофе Хауз", "Кофе Тайм", "Шоколадниця" та інші. Ще є так зване «офісне споживання» - 2-3% ринку, а також спеціальні кавові автомати, продаж в яких – менше одного відсотка. [2]

Що стосується споживання кави по регіонах України, то є думка про те, що на заході країни, що тяжіє до європейської культури, каву п'ють більше, ніж на сході, що знаходиться під впливом російських традицій (у

цьому випадку – чайних), є цілком слушною. Відповідно схід і південь країни все ще віддають перевагу розчинній каві, а захід і центр поступово відмовляються від неї на користь натуральної.

Висновки. Отже, як ми бачимо з вище зазначеного матеріалу, Україна характеризується дуже низьким споживанням кави загалом, та споживанням на душу населення. Тому для того, щоб Україна посіла чільне місце в світовому рейтингу кавових країн потрібно зробити низку кроків, головними серед яких має бути:

- підвищення рівня доходів та якості життя населення. Відповідно чим вищі будуть доходи людей - буде збільшуватися споживання кави. Адже в Україні, кава багатьма людьми сприймається як предмет розкоші;
- стимулювання входження іноземних інвесторів, які пов'язані з кавовою сферою;
- масові рекламні заходи: телебачення (найбільш ефективно і дороге), радіо, преса. Зараз на українському телебаченні переважає реклама розчинної кави, що є однією з причин її високого споживання);
- застосування методів прямого маркетингу, зокрема через мережу INTERNET. Через неї можна збільшити споживання кави молодими людьми та тинейджерами; можна показати, що кава це продукт модний, для молоді і т.д.;
- дуже важливими мають бути налагоджені зв'язки з громадськістю - які є так звані "хребтом" будь-якої програми по збільшенню споживання кави), зокрема це: - зв'язки з медіа; міжнародні зв'язки (обсмажувачі кави, виробники кави, міжнародні кавові організації і т.д.);
- позитивні відгуки про споживання кави відомих репортерів, науковців, письменників, виробників та обсмажувачів кави);
- застосування техніки м'якого продажу кави (через серіали та кіно, які будуть показувати певні асоціації з реальним життям; поширення західної культури - зростатиме споживання кави);
- брендинг кави та кавових напоїв - кава = здоров'я. Багато людей в Україні все ще думають, що кави має негативний вплив на здоров'я. Завдяки дослідженням доведено, що кава не тільки нешкідлива, а ще й дуже позитивно впливає на здоров'я та усю систему в цілому. Зокрема, вона містить такі необхідні для людини елементи, як калій, кальцій, натрій, хлор, магній, залізо, сірка, азот, фосфор та вісім вітамінів групи В; стимулює роботу центральної нервової системи, підвищує працездатність та покращує стан пам'яті і т. д.
- проведення кавових змагань та чемпіонатів та їх популяризація (чемпіонат баріста, каптестинг, латте-арт, кава та алкоголь і т.д.), що дасть змогу також привернути увагу мас-медіа.
- проведення кавових фестивалів та аукціонів;
- тренінги для персоналу, який пов'язаний з кавовою сферою (баріста, обсмажувачі), що значно підвищить якісь приготування та виробництва кави.
- освітні проекти, що допоможуть у розвитку кавової культури в Україні (наприклад спеціальні програми для школи).
- популяризація обсмаженої кави і відповідно збільшення її частки на ринку.

Список використаних джерел:

1. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Західна маркетингова компанія. Огляд ринку кави. [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <http://www.zmk.com.ua/ua/articles/21.html>.
3. Інвест газета. Рост вернулся. Украинский рынок кофе вновь идет вверх. [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <http://www.investgazeta.net/ekonomika/rost-vernulsja.-ukrainskij-rynok-kofe-vnov-idet-vverh-163849/>.
4. International coffee organization (ICO). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ico.org/>.
5. International Trade Centre (ITC). - The Coffee Exporter's Guide. – [3rd ed.], - Geneva: ITC, 2011. xvi, 247 p.
6. Research & Branding Group, Маркетинговые исследования: Обзор рынка кофе в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rb.com.ua/rus/marketing/tendency/8487>.
7. The Global Coffee Industry and the ICO. - World Coffee Leaders Forum 2013 Coex, Seoul, Republic of Korea.
8. Trends in coffee consumption in selected importing countries. - International Coffee Council 109th Session 24 – 28 September 2012 London, United Kingdom.

Кривокульський О.Б., Кондрась Н.М. Основні тенденції споживання кави в світі та Україні: суспільно-географічний аспект

Розглянуто основні тенденції споживання кави в Україні та світі. Проаналізована компонентна структура споживання кави та просторові аспекти розміщення основних підприємств-обсмажувачів та виробників. Запропоновано заходи, за допомогою яких Україна зможе збільшити споживання кави та посісти достойне місце у світовому рейтингу кавових країн.

Ключові слова: споживання кави, арабіка, робуста, обсмажена кава, розчинна кава, кава без кофеїну.

Кривокульський О.Б., Кондрась Н.М. Основные тенденции потребления кофе в мире и Украине: общественно-географический аспект

Рассмотрены основные тенденции потребления кофе в Украине и мире. Проанализирована компонентная структура потребления кофе и пространственные аспекты размещения основных предприятий-обжарщиков и производителей. Предложены меры, с помощью которых Украина сможет увеличить потребление кофе и занять достойное место в мировом рейтинге кофейных стран.

Ключевые слова: потребление кофе, арабика, робуста, жареный кофе, растворимый кофе, кофе без кофеина

Kryvokulsky O. B., Kondras N. M. Major trends of coffee consumption in the world and Ukraine: human- geographical aspects

In this article were surveyed main trends in coffee consumption in Ukraine and abroad. Were analyzed component structure of coffee consumption and spatial aspects of location major roasters- enterprises and producers. Offered the measures by which Ukraine will increase the consumption of coffee and get a good place in the world ranking of coffee's country.

Key words: coffee consumption, arabica, robusta, roasted coffee, soluble coffee, decaffeinated coffee.