

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту
Кафедра міжнародних економічних відносин

Майоров Григорій Володимирович

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

«СВІТОВИЙ РИНОК КАВИ»

Спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»

Студента IV курсу
групи МЕ-72а/ан

Г.В. Майорова

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Г.В. Майоров

Керівник: завідувач кафедри МЕН, д.е.н., професор

Ю.М. Петрушенко

Суми – 2021 рік

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавр

на тему

«СВІТОВИЙ РИНОК КАВИ»

Студента Майорова Григорія Володимировича

Основний зміст кваліфікаційної бакалаврської роботи викладено на 37 сторінках, у тому числі список використаних джерел з 61 найменувань, який розміщено на 7 сторінках. Робота містить 0 таблиць, 3 рисунки та додатки.

Ключові слова: КАВА, СВІТОВИЙ РИНОК КАВИ, РИНОК КАВИ В УКРАЇНІ, КУЛЬТУРА СПОЖИВАННЯ КАВИ, ОРГАНІЧНА КАВА, КАВОВЕ ЗЕРНО, ІМПОРТ КАВИ, СПЕШЕЛТІ КАВА.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи полягає у вивченні теоретичних та організаційних основ розвитку світового ринку кави, проведення аналізу та оцінки розвитку ринку кави в Україні.

Об'єктом дослідження є світовий ринок кави.

Предметом дослідження є особливості розвитку світового ринку кави.

У процесі дослідження залежно від цілей і задач використовувались відповідні методи дослідження економічних процесів, серед яких систематизація та узагальнення (при теоретичному обґрунтуванні - поняття світовий ринок кави, та дослідженні його організаційних основ), метод аналізу (при оцінці сучасного стану розвитку кавового ринку та при описі особливостей його сегментування; також цей метод важливий при дослідженні ринку кави в Україні), порівняльний метод (при порівнянні світового та українського ринків), метод кількісного аналізу, методи індукції та дедукції, методи логічного узагальнення для розкриття послідовності наукових досліджень, емпіричні методи для формулювання результатів дослідження та рекомендацій.

Інформаційною базою роботи є нормативно-правові акти різних країн світу у сфері продажу та виробництва кави, звіти ІСО та інших організацій, наукові публікації вітчизняних та зарубіжних вчених у спеціалізованих журналах, інформаційно-аналітичні та статистичні матеріали та ресурси Інтернету, дані про результати торгівлі кавою та власні розрахунки.

За результатами дослідження сформульовані такі висновки:

1. Ринок кави ще більш особливий та один з найбільш зростаючих ринків в останні 30-40 років. На цей ринок впливають різні політичні та економічні фактори, які як дають поштовх для розвитку, так і завдають великої шкоди. Одним із останніх ударів по ринку кави був завданий пандемією Covid-19, адже все людство мусило змиритися з викликами пандемії, залишатися вдома та відмовитись від ресторанів, кафе, вуличних кіосків з кавою і тд. Така зміна в споживанні призвела до змін пріоритетів і в суспільстві стало більш популярним вживання кави вдома, і саме завдяки цьому зріс ринок Інтернет-покупок кави для власного споживання (роздрібний ринок).

2. Також протягом останніх кількох років було помічено, що з кожним роком споживачі стають більш обізнаними щодо процесу виробництва кави, справжні поціновувачі кави, знаю в яких країнах є найбільш цікавий смак кавових зерен. Середньорічні ціни на каву демонструють дуже мінливу тенденцію протягом аналізованого періоду, зі зростанням і падінням на ринку. Така ситуація помітно впливає на прибуток від експорту, роблячи економіку країн, які залежать від цього товару.

3. Ринок кави в Україні безліч можливостей для розвитку, а процес імпорту кави в Україну, є легшим для країн розвинутих країн, але потрібно надали можливість постачати товари напряму з країн-виробників кави.

Рік виконання кваліфікаційної роботи – 2021 рік

Рік захисту роботи – 2021 рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут бізнес-технологій «УАБС»
Кафедра міжнародних економічних відносин

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
д.е.н., професор
Ю.М. Петрушенко
«19» квітня 2021 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
(спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»)
Студенту IV курсу, групи МЕ-72а/ан
Майорову Григорію Володимировичу

1. Тема роботи «Світовий ринок кави» затверджена наказом по університету від «19» квітня 2021 року №0193-VI
2. Термін подання студентом закінченої роботи «1» червня 2021 року
3. Мета кваліфікаційної роботи є вивчення теоретичних та організаційних основ розвитку світового ринку кави, проведення аналізу та оцінки розвитку ринку кави в Україні.
4. Об'єкт дослідження - світовий ринок кави.
5. Предмет дослідження: особливості розвитку світового ринку кави.
6. Кваліфікаційна робота виконується на нормативних актах різних країн світу у сфері продажу та виробництва кави, звіти ІСО та інших організацій, наукові публікації вітчизняних та зарубіжних учених у спеціалізованих журналах, інформаційно-аналітичні та статистичні матеріали та ресурси Інтернету, дані про результати торгівлі кавою та власні розрахунки.
7. Орієнтовний план кваліфікаційної бакалаврської роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОГО РИНКУ КАВИ. – «3» травня 2021 року.

У розділі 1 потрібно розглянути теоретичні та організаційні основи розвитку світового ринку кави, визначити характерні риси та особливості розвитку, проаналізувати сучасний стан кавового ринку, та приділити увагу особливостям сегментування світового ринку кави.

Розділ 2. СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ КАВИ В УКРАЇНІ. –«17» травня 2021 року.

У розділі 2 потрібно проаналізувати ринок кави в Україні, розглянути фактори впливу на ринок, та особливості розвитку. Дослідити нормативно-правове регулювання імпорту кави в Україні. Оцінити стан ринку кави в Україні.

Розділ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ КАВИ. – «31» травня 2021 року.

У розділі 3 потрібно розглянути основні виклики, що стоять перед подальшим розвитком ринку, та визначити шляхи вирішення цих проблем. Також потрібно окреслити перспективи розвитку для світового ринку кави та звернути особливу увагу на розвиток ринку в Україні.

8. Консультації з роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Петрушенко Ю.М., завідувач кафедри, д.е.н. проф,		
2	Петрушенко Ю.М., завідувач кафедри, д.е.н. проф,		
3	Петрушенко Ю.М., завідувач кафедри, д.е.н. проф,		

9. Дата видачі завдання: «19» квітня 2021 року

Керівник кваліфікаційної роботи

Ю.М. Петрушенко

Завдання до виконання одержав

Г.В. Майоров

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОГО РИНКУ КАВИ.....	10
1.1. Характерні риси та особливості розвитку світового ринку кави.....	10
1.2. Сучасний стан кавового ринку у світі.....	15
1.3. Особливості сегментування світового ринку кави.....	20
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ КАВИ В УКРАЇНІ...	26
2.1. Аналіз ринку кави в Україні	26
2.2. Нормативно-правове регулювання імпорту кави в Україну	33
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ КАВИ	37
ВИСНОВКИ.....	42
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА	45
ДОДАТКИ.....	Помилка! Закладку не визначено.

ВСТУП

Кава - один із найбільш популярних напоїв у світі. А ринок кави в останні 30-40 років зростає значними темпами, завдяки тенденції до зростання попиту на каву, що в свою чергу призводить до розширення виробництва та експорту кави. За останні десятиліття глобальне виробництво кави зросло майже на 60%, також зросла вартість річного транскордонного експорту усіх форм кави, тобто зеленої, смаженої, розчинної, майже в 4 рази, і у 2018 році становила 35,6 млрд. дол. США.

Сьогодні щорічно у світі споживається понад 7 мільйонів тонн зеленої кави, з них 26% у країнах-виробниках та 74% у країнах, що імпортують каву. До того ж ще на початку 2000 середнє споживання на душу населення в країнах імпортерів досягало 4,6 кілограмів і лише 0,7 кілограма в країнах-виробниках кави. Це свідчить про значний потенціал для розвитку світового ринку кави, а також його локальних сегментів. Тому дослідження цих ринків є важливим, як для науковців, так і для виробників, споживачів кави.

Коротко аналізуючи публікації зарубіжних та українських дослідників, слід зазначити, що більшість закордонних вчених концентрують увагу своїх досліджень на світовому ринку кави, або деякі локальні ринки країн виробників чи регіонів. Вивченням таких питань займались зарубіжні вчені Е. Амрук, В. Пулупессі, С. Топік, Б. Левін, Д.Джованнуччі, П. Варангі та українці – І.Бенівська, Т.Чан, Н.Юдіна, Н. Крахмальова, І.Хаян, Т. Кунділовська, Е.Кіреєва та А. Карнаушенко досліджували особливості українського ринку.

Метою кваліфікаційної роботи є вивчення теоретичних та організаційних основ розвитку світового ринку кави та проведення аналізу та оцінки розвитку ринку кави в Україні. Об'єкт дослідження - світовий ринок кави, а предметом дослідження є особливості розвитку світового ринку кави.

Для отримання кваліфікаційної роботи на рівні бакалавра нам потрібно виконати наступні завдання:

- проаналізувати теоретичні та організаційні основи світового ринку кави
- визначити характерні риси та особливості розвитку кавового ринку у світі
- проаналізувати сучасний стан ринку
- розглянути сегментування світового ринку кави
- провести порівняльне дослідження світового та українського ринків
- проаналізувати ринок кави в Україні
- розглянути фактори впливу на ринок, та особливості розвитку
- дослідити нормативно-правове регулювання імпорту кави в Україну
- оцінити стан ринку кави в Україні
- розглянути основні виклики, що стоять перед подальшим розвитком ринку
- визначити шляхи вирішення цих проблем
- окреслити перспективи розвитку для світового ринку кави та звернути особливу увагу на розвиток ринку в Україні.

У процесі дослідження залежно від цілей і задач використовувались відповідні методи дослідження економічних процесів, серед яких систематизація та узагальнення (при теоретичному обґрунтуванні - поняття світовий ринок кави, та дослідженні його організаційних основ), метод аналізу (при оцінці сучасного стану розвитку кавового ринку та при описі особливостей його сегментування; також цей метод важливий при дослідженні ринку кави в Україні), порівняльний метод (при порівнянні світового та українського ринків), метод кількісного аналізу, методи індукції та дедукції, методи логічного узагальнення для розкриття послідовності наукових досліджень, емпіричні методи для формулювання результатів дослідження та рекомендацій.

Кваліфікаційна робота виконується на нормативних актах різних країн світу у сфері продажу та виробництва кави, звіти ІСО та інших організацій, наукові публікації вітчизняних та зарубіжних учених у спеціалізованих журналах, інформаційно-аналітичні та статистичні матеріали та ресурси Інтернету, дані про результати торгівлі кавою та власні розрахунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОГО РИНКУ КАВИ

1.1. Характерні риси та особливості розвитку світового ринку кави

Кава - один із найпопулярніших напоїв у світі сьогодні. Гарячі та холодні кавові напої можна виробляти з різних видів смажених кавових зерен (арабіки чи робусти) і подавати у різних формах, таких як еспресо, капучино, лате, флет-уайт та ін. Завдяки вмісту кофеїну багато людей п'ють каву, щоб підбадьорити та пробудити себе вранці, однак, також вважається, що кофеїн корисний для здоров'я, бо наприклад, знижує ризику раку печінки, захищає від хвороби Паркінсона та сприяє загальному здоров'ю серця.

Слід зазначити, що у минулому 2020 році світовий ринок кави оцінювали у 102,02 млрд. доларів США [1], а за прогнозами, у період з 2021 до 2026 років цей показник може досягти значення сукупного середньорічного темпу зростання у 4,28%.

Ринок кави є сильно сегментованим за географією, типом продукції, каналами розподілу. Якщо оцінювати сегментування ринку кави на основі типу продукції, то можна виділити спеціалізацію на торгівлі цілим кавовим зерном, меленою кавою, розчинною кавою, а також досить новим видом – кава у капсулах та стіках.

Кава досить часто розглядається як тропічний товар, який пов'язує країни-виробників, уздовж так званого "бобового поясу" та країнами-споживачами на Півночі. Основою для виробничого ланцюга кави звісно є сільське господарство. В даний час ринок вирощування кави суттєво втрачає капітал, що в свою чергу призводить до збільшення ризикованості та втрати прибутковості. Для прикладу, у Мексиці для виробництва кави відведено 750 000 гектарів, серед яких лише 300 000

гектарів дійсно задіяні у даному виробництві, а загальний обсяг виробництва коливається близько 230 мільйонів тонн кави [2].

Кавове дерево - це чагарник або невелике дерево, вічнозелене, з прямим стовбуром, який в дикій природі може досягати 10 метрів; у посівах їх зазвичай тримають у менших розмірах, близько 3 метрів. Як і всі рослини, кава потребує особливих умов навколишнього середовища для свого виробництва, і всі вони важливі. Температура вирощування повинна бути від 17 до 26°C [3], адже якщо вона менше 16 градусів, пагони можуть перемерзнути, а якщо температура перевищує 27 градусів, існує більший ризик зневоднення рослини при зниженому фотосинтезі. Інши вкрай важливим фактором є висота вирощування. Відповідна висота для виробництва кави становить від 900 до 1600 метрів над рівнем моря. Якщо кава вирощується на меншій висоті, виробничі витрати зростають, оскільки якість кавових зерен знижується. З іншого боку, якщо воно вирощується на більшій висоті, ніж рекомендовано, ріст рослин відбувається менше.

Слідкувати за вітрами також необхідно при виробництві кави, оскільки якщо вітри перевищують 30 км / год, рослині наноситься шкода опаданням листя, обривом квітів і плодів та зневодненням бруньок. Природна вода, яку отримують рослини, є дуже важливою, але якщо вона надмірна, вона може завдати шкоди.

Родина Rubiaceae, до якої належить кава, налічує близько 500 родів та понад 6000 видів. Однак існує чотири види, які широко культивуються і складають каву, що продається: кава арабіка, кава робуста, ліберійська кава та ексельсо кава. Крім того, існує велика кількість інших так званих економічних видів, які висаджуються місцево і зазвичай не надходять у комерційні канали. Однак найбільш економічно важливим видом кави є арабіка. Кава арабіка (Центральна Америка, Південна Америка, Азія та Східна Африка) та робуста (переважно Африка, а також Бразилія та Азія) становлять приблизно 99,0% світового виробництва, а Ліберіка - лише 1,0% [3]. Слід сказати, що на арабіку припадає 60% світового ринку кави, порівняно з

40% [4], що відповідає робусті. Крім того, кава, що міститься в продажі, принаймні в Європі, зазвичай є сумішшю із співвідношенням 80% арабіки та 20% робусти.

Отже, кава це дуже особливий напій, який має значний вплив на світову соціально-економічну ситуацію. Ринок кави ще більш особливий, адже він розділений між фізичним ринком та фінансовим ринком сировини, які тісно взаємопов'язані. Якщо перший вид є більш зрозумілим всім, то слід звернути більше уваги на торгівлю кавою за ф'ючерсними контрактами. Ринки, на яких торгуються ці види контрактів, різноманітні, і ми знаходимо, наприклад, Бразильську біржу товарів і ф'ючерсів (BM&F), де купується і продається виключно Арабіка, тоді як на Сингапурській товарній біржі (SICOM) торгується лише з Робуста, натомість Токійська зернова біржа (TGE) містить обидва сорти [4]. Іншими торговими площами, де кава купується і продається, є Міжконтинентальна біржа (ICE), що відповідає північноамериканському ринку, Euronext Нью-Йоркської фондової біржі (NYSE), Нью-Йоркська товарна біржа (NYME), Національна товарна та Біржа деривативів (NCDEX), товарна біржа Kansai (KEX) або багатотоварова біржа (MCE).

До 1989 року ринок кави контролювали майже сімдесят країн, які були членами Міжнародного кавового договору (ICA)[4]. Завдяки цьому вдалося встановити квоти виробництва та контроль продажних цін, щоб можна було узгодити попит, пропозицію та рівноважну ціну між ними. Через розбіжності між США та Бразилією в 1989 р. договір не вдалося ратифікувати, а наслідком стало падіння цін на каву. Однак договір був ратифікований у 1994, 2001, 2007 та 2011 роках, що призвело до збільшення ціна кави, але ніколи не перевищуючи ціну в 7,22 дол. США/кг. Отже все залежить від міжнародних договорів, тому слід зазначити, що ринок є досить волатильним, коливання цін можуть перевищувати 50% у проміжках одного року або навіть коротших проміжків часу.

Крім погодніх умов, рівноваги попиту та пропозиції на розвиток світового ринку кави впливають інші зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на її

виробництво. Аналіз динаміки кавового ринку вказує на те, що фактори можна згрупувати у дві цілком протилежні групи – реальні (кліматичні, соціальні та політичні умови) та фінансові, що в свою чергу спричинені спекуляціями на ринку.

Політичні та економічні фактори включають дії, що здійснюються країнами-виробниками кави з метою захисту та збільшення квот своєї участі на міжнародному ринку. Результатом цих дій стало створення Міжнародної організації з кави (ІСО), яка стала найвищою інстанцією обговорювати питання, пов'язаних з міжнародною торгівлею кавою, і які протягом майже тридцяти років (1962 - 1989) працювали з відносним успіхом.

ІСО було офіційно створено в 1962 р [5]. після тривалого організаційного процесу, який сприяв переважно країнам-виробникам зерна, і який завершився 1 вересня 1963 р. З набранням чинності першої Міжнародної кавової угоди (СІС). Основними цілями СІС (1962, 1968, 1976, 1983, 1994) були: збалансувати попит та пропозицію зерна, прагнучи забезпечити споживачам достатню кількість кави за справедливими цінами, а також надання конкурентоспроможних цін виробникам, сприяння довгостроковому балансу між виробництвом та споживанням.

Центральним пунктом всіх договорів був розподіл загального світового попиту між країнами-виробниками. Керівним органом та найвищим органом ІСО є Міжнародна рада з кави, до складу якої входять усі країни-члени [5]. Кожен член має свого представника в Раді. Рада обирає президента та трьох віце-президентів на кожен кавовий рік, чергуючи позиції двох категорій членів, експортерів та імпортерів з тисячею голосів за кожную групу. Для прийняття рішень кожен член має п'ять основних голосів, а решта голосів розподіляється на основі середнього обсягу їх експорту та імпорту протягом наступних чотирьох років.

Основною проблемою економічних положень був розподіл експортних квот між країнами-виробниками, де всі вони прагнули збільшити власні квоти, використовуючи аргументи смаку, якості, річного обсягу виробництва кави на шкоду іншим виробникам. Таким чином, до кінця вісімдесятих років позиції країн,

що вирощують каву, не змогли узгодити розподіл ринку, і вважали за краще перейти на новий етап вільного ринку.

Соціальні фактори впливу охоплювали складні ситуації, які різняться залежно від середовища кожної країни. Однак найважливішим моментом, який слід врахувати, є те, що ця галузь трудомістка і що для багатьох країн вона є одним з основних джерел зайнятості. Коли відбуваються явища, які впливають на виробництво кави, вони можуть відобразитися на міжнародному ринку або в цінах, або в пропозиції. До соціальних факторів, які впливають на країни-виробники кави, належать цивільні та навіть міжнародні збройні рухи чи міграції. У Мексиці глибока залежність селян від виробництва кави (їх єдиного джерела доходу) призвела до глибоких проблем бідності, до яких слід додати проблеми, які жили етнічні та релігійні люди в головній державі-виробнику, Чіапас [6]. Не забуваючи про збройні проблеми, спричинені як армією, так і воєнізованими угрупованнями, що існували в цьому районі. У Колумбії громадянська війна та проблеми торгівлі наркотиками стали однією з серйозних проблем, з якими стикаються кавові плантації.

Можливо, найбільше постраждалих від соціальних проблем є країни Африки внутрішні та зовнішні етнічні проблеми кілька разів спричиняли великі міграції, а отже і відмову від виробництва кави. Серед африканських країн, які стикалися з критичними ситуаціями, виділяються Конго, Кенія, Уганда, Зімбабве та Замбія.

Науково-технічний прогрес позитивно вплинув на поліпшення сортів, а також на врожайність кавових плантацій (збільшення виробництва рослин з низькими розмірами та високими врожайми шляхом клонування). Крім того, слід враховувати досягнення для кращого збереження свіжообсмаженої кави за допомогою використання окремих мішків з дегазаційними клапанами, або, у випадку більших обсягів, зараз для гнучких упаковок використовуються гнучкі упаковки та пакети, які краще зберігають якість бобів поки вони не досягнуть місця призначення, на додаток до зменшення витрат на зберігання.

Як не дивно, але пандемія Covid-19 також зачепила ринок кави. Взагалі слід також зазначити, що 2020 рік змінив багато у споживанні кави, адже все людство мусило змиритися з викликами пандемії, залишатися вдома та відмовитись від ресторанів, кафе, вуличних кіосків з кавою і тд. Така зміна в споживанні призвела до змін пріоритетів і в суспільстві стало більш популярним вживання кави вдома, і саме завдяки цьому зріс ринок Інтернет-покупок кави для власного споживання (роздрібний ринок).

1.2. Сучасний стан кавового ринку у світі

Ринок кави – це один з найбільш зростаючих ринків в останні 30-40 років. Ця тенденція прослідковується через зростання попиту на каву, що в свою чергу призвів до розширення виробництва та експорту кави. Глобальне виробництво кави (в обсязі) зросло більш ніж на 60% з 1990-х років, коли співвідношення у виробництві Арабіки та Робусти стало приблизно 60/40 [7]. Кава, що торгується на міжнародному рівні, становить понад 70% кави, виробленої у всьому світі, хоча за останні роки внутрішнє споживання зросло у багатьох країнах-виробниках, що також сприяє утворенню нових можливостей для виробників, але в даний час у них елементарно не вистачає переробних потужностей, таких як у країнах з більшим доходом.

За останні 30 років років вартість річного транскордонного експорту кави (усіх форм, тобто зеленої, смаженої, розчинної) зросла більш як вчетверо з 8,4 млрд. дол. США у 1991 р. до 35,6 млрд. дол. США у 2018 р [7]. Кава є найважливішою урожайною культурою для 25 мільйонів дрібних власників у 60 тропічних країнах. Великі мережі виробників, торговців та постачальників послуг переробляють кавові ягоди, зібрані вручну, на експортні зелені кавові зерна, які перетворюються

на смажений, мелений та упакований остаточний хороший кавой порошок, який потім заварюють на споживають мільйони.

Сьогодні щорічно у світі споживається понад 7 мільйонів тонн зеленої кави, з них 26% у країнах-виробниках та 74% у країнах, що імпортують каву. До того ж ще на початку 2000 середнє споживання на душу населення в країнах імпортерів досягало 4,6 кілограмів і лише 0,7 кілограма в країнах-виробниках кави [7]. Споживання кави – досить часто прирівнюють до залежності, але це вже звичайна рутинна для більшості американців, європейців та навіть країн Сходу.

Кава, яку вимагають кінцеві споживачі в розвинених країнах і яка продається та переробляється на різних етапах мережі, буде поставлятися мільйонами дрібних власників, що працюють на місцевих ринках тропічних країн. Покупцями на цих ринках є значно менша кількість посередників або посередників та переробників. Виробники кави в основному мають невеликі ділянки: в середньому від 0,5 га кави в Ефіопії та Танзанії, до 1,16 га в Індії та понад 5 га в Нікарагуа [8]. Зазвичай лише незначна частина продукції збирається на власності понад 10 га. Посилення конкуренції з боку внутрішніх покупців, падіння пропозиції та масштабна контрабанда, як в Ефіопії, Уганді та Болівії, також зміцнити ринкові позиції виробників. Лібералізація ринку кавових ягід та ліквідація урядових торгових рад, можливо, призвели до підвищення цін для виробників та підвищення продуктивності.

У 2018-19 маркетинговому році було виготовлено понад 10,2 мільйонів тонн кави [9], отже це рік із найвищою продуктивністю. Уже у 2020-21 світове виробництво зменшилось 10,1 млн. тонн кави, що менше на 0,9% менше, ніж у 2019-20 році, та на 0,78% менше ніж у 2018-19 рр. Виробництво арабіки становило 5,81 млн. тонн, а робусти – 4,312 млн. тонн. Необхідно також зауважити, що 29,3% світового виробництва кави припало на країни Азії та Океанії. У Центральній Америці та Мексиці обсяг виробництва зменшився на 9,7% у маркетинговому

2019/20 році, що становить 11,6% світового постачання, а 48% від загальної кількості виробленої кави виробили в Латанській Америці [10].

Але у той же час у 2020 році світовий ринок кави оцінювався у 102,02 млрд. доларів США, і, за прогнозами, до 2026 року тільки буде зростати сукупно на 4,28% [11]. Для більше детального розуміння тренду на зростання світового ринку кави слід звернути увагу на кількість виробленої кави за останні 20 років (див. Рис. 1.1).

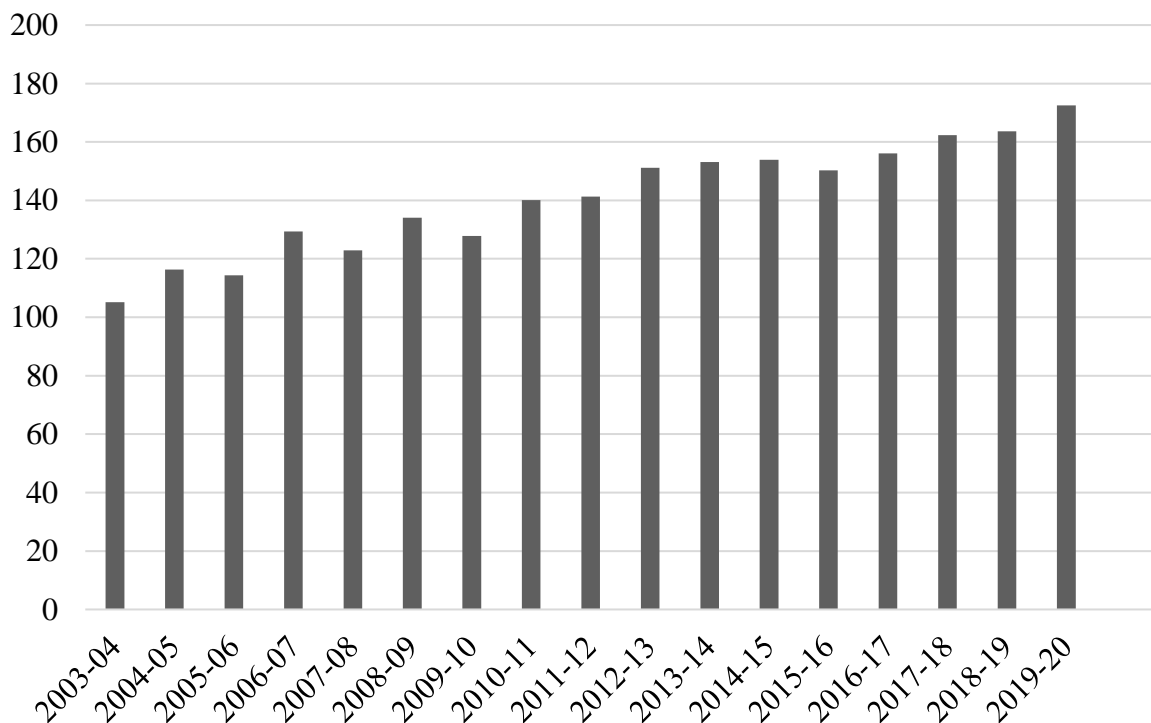


Рисунок 1.1. Виробництво кави в усьому світі з 2003/04 маркетингового року по 2019/20 маркетинговий рік (у мільйонах 60-кілограмових мішків) [12].

Також протягом останніх кількох років було помічено, що з кожним роком споживачі стають більш обізнаними щодо процесу виробництва товару, який вони купують. Особливо це стосується харчових продуктів, до яких можна віднести і каву. Споживачі в різних частинах світу споживають лише сертифіковані кавові продукти, також цікавляться на скільки продукція є органічною, в яких умовах кавові зерна вирощувалися, для прикладу висота на якій росте зерно, особливості

вологості та клімату. Також справжні поціновувачі кави, знаю в яких країнах є найбільш цікавий смак кавових зерен. Звісно також потім все вирішує обсмажування є частіше всього проводиться в країнах Європи, але останніми роками також є досить популярним бізнесом в Україні.

Сертифікована кава є гарантією для споживача щодо надійності продукту, оскільки кава стає все більш поширеною метою для підробників продуктів. Ряд організацій, що сертифікують каву, займаються контролем за процедурами виробництва та ланцюгами постачання кави. Деякі з них такі: сертифікація справедливої торгівлі, сертифікація Альянсу тропічних лісів, сертифікація UTZ. Сертифікація UTZ - це найбільша програма сертифікації кави та какао [11]. UTZ прагне зробити стале фермерське господарство нормою, заохочуючи фермерів застосовувати екологічно безпечні сільськогосподарські практики та вигідно керувати своїми фермами стосовно споживачів кави та природи.

Крім збільшення попиту на сертифіковану продукцію, на ринок впливають і інші фактори, серед яких - прийняття споживачами систем приготування кави на один прийом та постійні інновації, очолювані провідними гравцями на ринку кави. У країнах з розвинутою економікою, як очікується, споживачі заради кращого смаку та збереження якості перейдуть з розчинної кави на більш вигідні. Розчинна кава колись вважалася високоякісним продуктом, але вона почала втрачати базу молодших споживачів, що також впливає на динаміку ринку.

Сталося це не лише через зміну смакових вподобань, а й через пандемію Covid-19, тому що на більше ніж півроку всі заклади громадського харчування були закриті на період «локдауну», то людям потрібно було шукати альтернативу каві з кав'ярні. На зміну розчинній каві приходять кавові стіки та капсули, що стають популярними серед широких мас (особливо в Північній Америці та Західній Європі), щоб готувати гарну каву в домашньому комфорті за менший час та гроші. Наприклад: згідно опитування, проведеного Національною асоціацією кави в США, понад 70% споживачів віддають перевагу приготування кави вдома [11]. В той же

час Міжнародна організація кави у своєму звіті [12] зазначає про значний негативний вплив COVID-19 на національний кавовий сектор країн-експортерів. Адже всі запроваджені обмеження впливали на зайнятість, доходи, і призвели до зростання собівартості продукції. На внутрішнє споживання цих країн впливає зменшення доходів споживачів та заходи соціального обмеження.

Також слід проаналізувати останні показники розвитку міжнародного ринку кави. Світовий експорт кави склав 7,164 млн. тон у березні 2021 році в порівнянні з 6,996 млн. тон у березні 2020 р. Експорт за перші 6 місяців кавового 2020/21 року (з 20 жовтня по 21 березня) зріс на 3,5% - до 65,4 млн. 60-кілограмових мішків проти 63,2 млн. 60-кілограмових мішків за той самий період у 2019/20 [13]. Також складений показник ICO (середня ціна на каву) дещо зріс, на 0,8%, у березні в середньому 120,36 американських центів/фунт проти 119,35 американських центів/фунт у лютому, підтверджуючи тенденцію до зростання протягом останніх п'яти місяців [14;15]. Це найвищий середньомісячний показник ціни на каву маркетингового 2017/18 року.

Однак ця тенденція до зростання змінилася, і ціни в останні дні місяця ослабли, зафіксувавши найнижчі рівні за останні два дні місяця. Слід зазначити, що основними компаніями, що займаються торгівлею кавою, є транснаціональні компанії, які контролюють 56,0% світової торгівлі, тобто попит сильно сконцентрований у кількох фірмах, що впливає на ціну, що одночасно виплачується виробникам. Середньорічні ціни на каву демонструють дуже мінливу тенденцію протягом аналізованого періоду, зі зростанням і падінням на ринку. Така ситуація помітно впливає на прибуток від експорту, роблячи економіку країн, які залежать від цього товару, дуже вразливою і впливаючи на умови життя виробників, які беруть участь у кавовому агропродовольчому ланцюзі.

1.3. Особливості сегментування світового ринку кави

Сегментація ринку – це стандартний процес поділу будь-якого цільового ринку на менші, більш визначені для виробника категорії. Основа сегментації – поділ клієнтів та аудиторію на групи, які мають подібні характеристики, такі як демографічні показники, інтереси, потреби чи місцезнаходження.

Першим способом сегментації ринку кави – сегментація за країною виробником. Як відомо, провідним світовим виробником кави є Бразилія, відповідно до площі засадженої кавою, адже у 2019 році вона становила 1,823 млн га. На другому місці Індонезія (1,258 млн. га), далі Кот-д'Івуар (0,854 млн. га), а п'ятірку найбільших виробників закривають Колумбія (0,854 млн. га) та Ефіопія (0,759 млн. га).

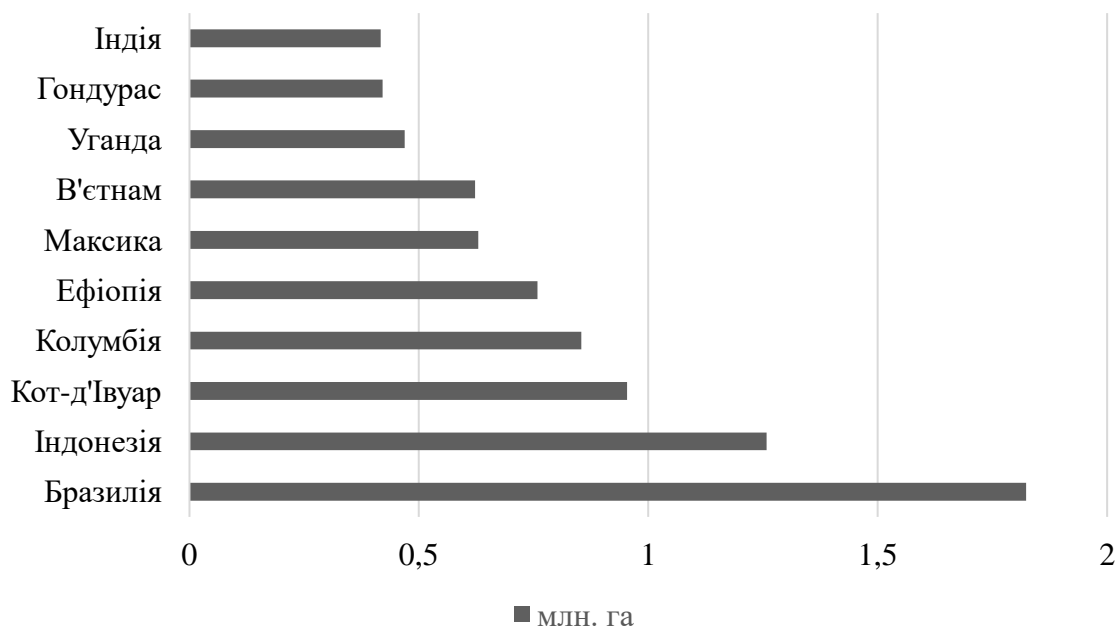


Рисунок 1.2. Провідні світові країни за площею вирощування кави, зібраної в 2019 році [16].

За обсягом імпорту Європейський Союз посідає перше місце. За маркетинговий рік 2020/2021 регіон імпортував 78,705 млн. 60-кг мішків, що становило 60,7% від загального світового імпорту. Друге місце займають США з 21,7% імпорту (28,117 млн. 60-кг мішків), а на третьому місці Японія – 5,6% (7,251 млн. 60-кг мішків), Російська Федерація – 4,8% (6,258 млн. 60-кг мішків), Великобританія – 3,9% (5,061 млн. 60-кг мішків), а решта 3,3% - це імпорт з інших країн [17]. Світовий експорт кави оцінювався у 129,665 млн. мішків вагою 60 кг, що означає зниження на 3,5% порівняно з експортом попереднього маркетингового року.

Як і у виробництві, Бразилія знаходиться на першому місці експорту з 37,7% (24,662 млн. 60-кг мішків) від загального обсягу експорту світу, далі йдуть В'єтнам з 19,2% (12,575 млн. 60-кг мішків), Колумбія з 10,8% (7,090 млн. 60-кг мішків), Індонезія з 5,7% (3,753 млн. 60-кг мішків), Індія з 3,9% (2,548 млн. 60-кг мішків), Гондурас з 3,4% (2,193 млн. 60-кг мішків) та інші країни з 19,3% [18].

Також за географічною ознакою можна сегментувати ринок імпортованої кави. Основною країною, яка споживає каву, є Німеччина - 6,5 кг на людину на рік, далі йдуть Бразилія - 5,9 кг, Італія - 5,6 кг, Франція - 5,1, США - 4,5 кг, Японія - 3,5 кг. Згідно з опитуванням, проведеним Інститутом наукової інформації про каву (ISIC), 68% респондентів зазначили, що вони часто вживають каву, працюючи [16]. Ця тенденція призводить до величезного попиту на каву в європейських країнах, таких як Німеччина, Італія, Іспанія, Великобританія та інші, оскільки споживачі дедалі більше усвідомлюють якість своєї кави. На німецькому ринку кавових стіків та капсул домінує Nespresso від Nestle, що має широкий асортимент продукції по всій країні. Відповідно до звіту, опублікованого Nestle Nespresso SA, у Німеччині зростає кількість поціновувачів кави серед молодих поколінь. Близько 24,1% дітей віком від 18 до 29 років хочуть спробувати різні види кави, рецепти кави та хочуть різноманітності у кавовій галузі.

У результаті у нас існує 5 менших ринків кави, а саме: Північна Америка (США, Канада, Мексика, решта Північної Америки), Європа (Німеччина, Об'єднане Королівство, Франція, Італія, Росія, Іспанія, решта Європи), Азіатсько-Тихоокеанський регіон (Індія, Китай, Австралія, Японія, решта регіону), Південна Америка (Бразилія, Аргентина, решта Південної Америки) також Близький Схід та Африка (Об'єднані Арабські Емірати, Південна Африка та решта країн регіону).

Останнім часом найбільш популярним є сегментування ринку кави за її типом, до них можна включити цільнозернову каву, мелену, розчинну каву, а також кавові стіки та капсули. Почнемо з детального розгляду цільнозернової кави. Цільнозернова кава буває звичайно, органічно та спешелті. Звичайна кава продається у різних виглядах, як розчинна, мелена в зернах, в стіках чи капсулах. Вони легко доступні в різних торгових марках та мережах супермаркетів.

Ринок розчинної кави один з найбільш традиційних. Торгівля розчинною кавою набагато більша, ніж торгівля смаженою кавою. Однак преміальні марки розчинної кави виробляються на самих ринках імпортерів.

Органічна кава належить до групи так званих диференційованої кави, займає ринкову нішу, яка отримує премію і може забезпечити виробників екологічними, економічними та соціальними вигодами, також слід зазначити, що така кава характеризується вирощуванням за суворими міжнародними стандартами, що сприяють збереженню здоров'я, навколишнього середовища та призводять до чесної торгівлі. Але на жаль, якість таких продуктів не залежить від органічності. Такий вид кави дуже популярний у виробників з Колумбії, Ямайки, Панами та інших країн.

Прогнозується, що у наступні декілька років світовий ринок органічної кави сукупно зросте на 12,56% [19]. Органічна кава дуже популярна серед молоді, частіше її вживають вегани та вегетаріанці, адже в наш час вся молодь схильна до контролю продуктів харчування, щоб ні в якому разі не зашкодити здоров'ю. Така свідомість у споживанні є досить похвальною. Адже органічна кава багата на

антиоксиданти, а вони стабілізують шкідливі вільні радикали, що є в організмі людини, і таким чином запобігають широкомасштабному руйнуванню клітин. Споживачі в таких країнах, як США, Великобританія, Німеччина, Франція та економіки, що розвиваються, такі як Китай, споживачі віддають перевагу продуктам, що приносять користь їхньому навколишньому середовищу, їх країні та їх окремим громадам [20]. Світовий ринок органічної кави також має менші сегменти в залежності від виду обсмаження, країни-походження, типу кавового зерна, ну і звісно на основі каналів дистрибуції.

Оскільки більшість провідних брендів мають північноамериканське походження, існує велика конкуренція між брендами, щоб бути лідером для споживача. Незважаючи на те, що кавові зерна імпортуються з найкращих кавових плантацій по всьому світу, переробка та упаковка відіграють важливу роль у формуванні ринку для будь-якої марки. Деякі з провідних гравців на ринку органічної кави включають Nestle SA, The Kraft Heinz Company, Starbucks Corporation, Jim's Organic Coffee, FS Gourmet Private Limited, Wessanen, Complete Coffee Limited, Luigi Lavazza SpA, Java Trading Co. LLC і Dr Pepper Snapple Group, Inc. [21].

Спешелті кава - це кава яка має особливі фізичних та смакові характеристики, вирощується у конкретному географічному мікрокліматі, дотримуючись суворо встановлених стандартів, і за яку клієнти готові платити вищу ціну. Цей термін виник у США для опису асортименту кавових продуктів, що продаються у спеціалізованих кав'ярнях [22]. Загалом, цей сегмент ринку кави можна розділити на три комерційні категорії:

— Зразкова якісна кава має високу внутрішню цінність завдяки вишуканому або унікальному смаку. Зазвичай доступність досить обмежена. Здебільшого продається споживачу через ексклюзивні торгові точки, наприклад роздрібні кав'ярні чи бари та елітні магазини;

— Високоякісні бренди преміум-класу, гарна кава, добре представлена, але не обов'язково візуально ідеальна. Ринок цієї якісної групи значно ширший і включає значний відсоток сьогоденної спеціальної кави. Також виробляється провідними транснаціональними кавовими компаніями і продається через звичайні торгові точки, такі як супермаркети.

— Мейнстрімна кава з середньою якістю, достатньо добре представлена, але, звичайно, візуально не ідеальна.

Що стосується споживання, то потенціал спеціальної кави здається майже безмежним, здебільшого через постійні інновації продуктів. Але не у всіх сучасних спеціальних продуктах обов'язково використовується дуже хороша кава, а деякі містять дуже мало кави. Крім того, не існує універсальної домовленості щодо того, що є спеціальною кавою, і це часто означає різні речі для різних людей. Але без чіткого розуміння того, що насправді є спеціальною кавою, точна ринкова оцінка стає надзвичайно складною.

Різні ринки, регіони та групи споживачів віддають перевагу різним видам та якостям кави, але загалом якість кави, як для арабіки, так і для робусти, можна широко диференціювати не лише за походженням кави, а також за обсмаженням. Сьогодні відносно невелика кількість фірм домінує у цьому секторі не тільки в країнах-імпортерах, але і в деяких країнах-виробниках, що мають значні потужності. Ростери (обсмажчики) кави не купують її безпосередньо у виробників або постачальників з країн походження кави, а віддають перевагу послугам посередників [23]. А експортери смаженої кави походження стикаються з проблемою, що не тільки смажена кава одного походження рідко відповідає загальній якості, яку вимагають великі ринки, але постачальник також повинен конкурувати з добре зарекомендованими вітчизняними ростерами. Крім того, термін зберігання смаженої кави обмежений, тому, як правило, потрібен дорогий авіап перевезення, щоб швидко доставити продукцію. Саме тому у виграші завжди будуть місцеві обсмажчики.

Тепер розглянемо детально сегментацію за каналами розподілу. Найбільш популярними каналами розподілу є:

- неторгові канали, тобто кав'ярні та ресторани;
- торгові (супермаркети, гіпермаркети, цілодобові магазини, спеціалізовані роздрібні магазини та інші канали розповсюдження).

Основна відмінність між торговими мережами та іншими маркетинговими каналами полягає, звичайно, у купівельній та цінній спроможності великих роздрібних торговців, які виділяють «обов'язковий» простір для окремих торгових марок. Крім того, існує інституційний сегмент або сегмент громадського харчування, ринок поза домом. У більшості країн сегмент внутрішнього споживання традиційно був на сьогоднішній день найбільшим, хоча до фінансової кризи 2008 року на деяких ринках відбувся помітний перехід до споживання поза домом [23], також це сталося після відновлення від кризи, але останні події пов'язані з пандемією також призвели до більшого споживання кави вдома. Кава яка готується завдяки зручним одноразовим порція (стікам, капсулам тощо) для домашнього заварювання кави набирає ще більшу популярність. Кава часто імпортується великими торговими мережами, транснаціональними компаніями, що може гарантувати цілорічну доступність, і більш-менш однаковий смак. Але найбільш цікавий ринок кави утворюється завдяки кав'ярням та обсжачикам спеціалізованого сегменту.

РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ КАВИ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз ринку кави в Україні

Згідно з різними джерелами, кава з'явилась в Європі саме завдяки українцю. Кажуть, що в Україну вперше познайомили з кавою наприкінці 1600-х років турецькі. Легенда свідчить, що Юрій Кульчицький, шпигун і фахівець з лінгвістики, захоплений турецькою армією, перебуваючи у в'язниці турків, дізнався про їхні традиції вживання кави. А вже коли він був на свободі то повернувся до рідного Львова, де розповідав про новий та цікавий, ароматний напій. Пізніше Кульчицький допоміг австрійцям розгромити турецьку армію, а за свої зусилля щодо надання допомоги австрійській справі Кульчицький був нагороджений великою грошовою винагородою та будинком у районі Леопольдштадта у Відні. Тоді Кульчицький заснував першу віденську кав'ярню, відому під назвою "Hof zur Blauen Flasche" (Будинок під синьою пляшкою) [24]. А його знання пізніше передавалися не лише у Львів, а у інші міста Центральної Європи.

Однак пройшов деякий час, перш ніж кава всерйоз стала популярною в Україні, адже спочатку населення не зрозуміло цей напій, в часи Російської імперії кава буде не дуже доступною для звичайних людей. А вже після Жовтневої революції та входження України до складу Радянського Союзу, кава була оголошена напоєм буржуазії, а для робочих найкращим напоєм визнали чай. Тому по суті, кава як справжній ароматний напій, повернулася лише на початку 90-их, і в найгіршому своєму прояві – у вигляді сублімованої розчинної кави. І лише на початку нового століття населення України дізналось про каву, яка готується за допомогою італійських машин, а також почали з'являтися невеликі.

Слід визнати, що в останні роки ринок кави в Україні набрав значних обертів завдяки цікавості споживачів, розвитку кав'ярень та можливості у населення

подорожувати та порівнювати рівень сервісу у світі та вдома. Такі кав'ярні часто називають кав'ярнями третьої хвили. Одразу після їх створення в Україні побався справжній «бум» на обсмаження та споживання кави. А попит на зелене кавовое зерно серед обсмажчиків призвело до збільшення його імпорту. Згідно з дослідженням Міжнародної кавової організації 2020 року, Україна на сьогодні є одинадцятою за обсягом країною-імпортером кави у світі[25].

За досить невеликий проміжок часу українці так і не визначились зі своїми вподобаннями, адже в основному всі п'ють чай, а кава потребує певних знань. Проаналізувавши смакові вподобання серед кав'ярень міста Суми, то можна з впевненістю сказати, що люди віком від 45 віддають перевагу напою американо, адже не дуже розуміються на каві, та процесах приготування різних напоїв, у той же час молодь віддає перевагу правильній обсмажці та обирають так звану «спешелті» каву. Також люди частіше обирають капучино, через гарний баланс кави і молока, лате – напій який частіше обирають дівчата.

Деякі баристи зауважують, що українське споживання кави навряд чи скоро скоротиться. Однак галузі все одно доведеться долати деякі проблеми, щоб продовжувати зростати. Як уже згадувалось, спеціальну освіту з кави потрібно культивувати серед професіоналів та учнів [26].

Згідно з інформацією Reswarch and Consulting Group «YASNO» середньостатистичний українець випиває близько 1,5 кг кави на рік [27]. А от споживання кави в Європі в кілька разів вище. Наприклад, житель Швейцарії випиває 7,9 кг на рік, Швеції - 8,2 кг, Нідерландів - 8,4 кг, Данії - 8,7 кг, Ісландії - 9,0 кг, Норвегії - 9,9 кг, Фінляндії - 12,0 кг. А у світі споживається 1,6 мільярда чашок кави на день або два мільйони чашок кожні 5 хвилин.

Досвід COVID-19, який спостерігався в Україні в 2020 році, однозначно демонструє, що кава як категорія слабо корелює із загальними показниками ринку під час економічних криз та спаду. Для багатьох людей в Україні споживання кави - це швидше звичка, ніж процес, який вимагає розумової участі[28].

Оскільки значна кількість споживачів перейшла на роботу з дому, тому попит на більші формати меленої кави та кавових зерен збільшився, оскільки все більше людей почали пити каву вдома. У цих випадках споживачі вважали за краще купувати пачки по 500 г або 1 кг, щоб застатися трохи заздалегідь. У той же час через локдаун та закриті кав'ярні та ресторани зменшились продажі саме комерційної кави для закладів громадського харчування.

Організація Coffee Business Intelligence зазначає, що у часи до пандемії, українці споживали 70% чашок кави вдома, 25% - в кафе, 5% - в офісах. Приблизно половина людей купують нову пачку кави раз на місяць, 31% споживачів ходять до магазину, щоб купити каву раз на два-три тижні. 2% українців купують каву раз на тиждень [29]. Вибираючи каву, люди звертають найбільше уваги на смакові якості та ціну. Іншими важливими факторами є країна-виробник та упаковка. Остаточний вибір може залежати від того, наскільки привабливим є дизайн упаковки. Більшість людей купують каву в супермаркетах та магазинах.

Згідно з статистичними даними дохід у сегменті кави складає 1,396 млрд. доларів США у 2021 році. І також очікується, що ринок щорічно зростатиме на 8,95%. Але для порівняння слід зазначити, що у США дохід від продажу кави становить 81,166 млрд. доларів США у поточному році. Очікується, що до 2025 року 65% витрат та 12% обсягу споживання в сегменті кави будуть пов'язані із споживанням поза домом (наприклад, у барах та ресторанах), також очікується зростання ринку на 4% у 2022 році [30].

Україна – це країна яка не вирощує кавові зерна, то є повністю імпортозалежною. Згідно з даними УКАБ за останні 5 років в Україні іпортували на кави більше на 63%, це 48,4 тис. тонн [31], але цікавий факт, що основному це імпорт не з країн-виробників кави, а з країн Європи, що звісно впливає на ціну продукту.

Тому слід детально розглянути імпорт кави в Україну за останні 10 років, адже це допоже краще зрозуміти обсяги обсмаження та продажу кави в нашій країні.

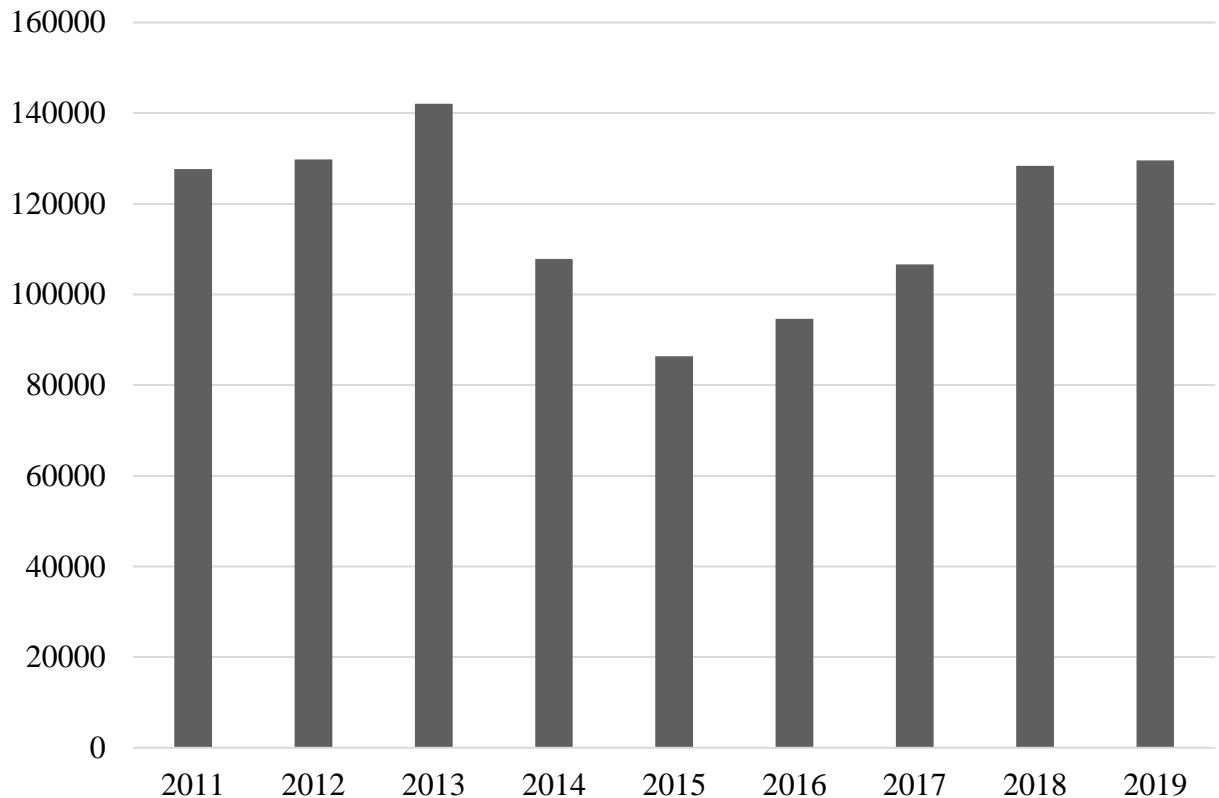


Рисунок 2.1. Сумарний обсяг імпорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД (901: Кава; кадова шкаралупа; замітники кави), у тисячах доларів США.

[Створено автором на основі 32]

Як ми може бачити, іпорт кави зростав до 2014 року, але через нестабільну політичну ситуацію в країні, анексію Криму та початок збройного конфлікту на Сході України імпорт кави істотно зменшився, і зараз лише відновлюється до рівня 2013 року. На жаль, статистика державної фіскальної служби ще не містить інформації за 2020 рік, але згідно з зведеними даними державної служби статистики України, то імпорт кави та чаю у 2020 році зріс на 28% [33].

В Україні представлені великі транснаціональні компанії, які займаються імпортом та виробництвом кави, а також є і власні українські компанії. То ж

розглянемо їх детально. Українсько-англійське спільне підприємство у формі товариства з обмеженою відповідальністю «Галка ЛТД» - це одна з найвідоміших українських компаній з повним циклом виробництва. Вони самостійно імпортують зелене кавове зерно з таких країн як Індонезія, Бразилія, Еквадор, Кенія та інші. До лінійки їх продукції відносяться: кава натуральна обсмажена мелена та в зернах, розчинна кава, та інші кавові напої.

«Галка ЛТД» починає свою історію з 1932 року коли була заснована приватними підприємцями та носила назву «Львівська кооперативна фабрика домішок до кави «Суспільний промисл»», і під час Радянського союзу була досить відомою фабрикою з виробництва кави, але після розпаду СРСР у 1994 році Львівська кавова фабрика об'єдналася з E.D.&F.Man Coffee Limited [34].

Усім українцям відомий бренд кави Jacobs, який належить компанії Jacobs Douwe Egberts Україна, яка почала свою діяльність в Україні з 2015 року, а до цього цей бренд кави належав компанії Kraft Foods. JDE – одна з провідних компаній світу, яка займається виробництвом кави у різних видах [35]. До асортименту товарів належать: розчинна кава та кавові мікси 3в1, зернова кава та кава в капсулах.

ТОВ «Українська Компанія Кави» - українсько-швейцарське підприємство з повним циклом переробки кави, що спеціалізується на натуральній смаженій каві в зернах та мелена, розчинній та кавових сумішах. Цій компанії належать торгові марки «GALEAD'OR», «XO», «1CUP», «RIO NEGRO», «LEONARDO» та «UCC FOODSERVICE LINE» [36]. Strauss Coffee представлена на ринку України з 1999 року такими брендами, як Чорна Карта, Ambassador та FORT.

ТОВ «Віденська кава» було створено на початку 90-х років минулого століття. На сьогоднішній день це спільне українсько-австрійське підприємство [37]. Воно спеціалізується на імпорті, обсмаженні та виробництві різної кави для різних видів споживачів, як для домашніх господарств так і для закладів громадського харчування.

Оскільки всі ці компанії обсмажують так звану комерційну каву, популярну суміш 80% арабіки з Бразилії та 20% робусти з Індії. Але пізніше вони зрозуміли, що обсмажувати каву одного виду набагато простіше, а смак набагато ширший та яскравий. Саме це дало поштовх для розвитку обсмаження спешелті кави, а з 2013 року почався справжній бум на нові кав'ярні «третьої хвилі» [38].

Кав'ярні «третьої хвилі» стикаються із викликом кавових мереж із низькою якістю кави та низькими цінами, адже вони змушують людей думати, що їх напої смачні лише з цукром, ароматизаторами та сиропами. Іншою проблемою зараз є досить жорстка ринкова обстановка - орендна плата за більшість місць, придатних для відкриття кав'ярні, висока, і для маленького незалежного підприємця кав'ярні практично неможливо успішно підтримувати бізнес довше року без зовнішніх інвестицій [39].

На даний момент в Україні більше ніж 10 молодих компаній як займаються обсмажуванням кави з різних частин світу. Kyiv City Roast нічим не поступається своїм іноземним конкурентам, адже вона забезпечує кавою сектор домашнього споживання, а також сектор HoReCa (закладів громадського харчування). Вони обсмажують каву з різних частин світу, від Латинської Америки до Африки та Азії. Вони мають різні міжнародні сертифікати, а також компанія постійно підвищує кваліфікацію своєї команди, та своїх партнерів [40]. Також у них є своя школа бариста, де кожен охочий можн удосконалити свої навички, та здобути нові теоретичні знання.

Палярня Чехович – це обсмажчки з м.Львів, які пропонують широкий спектр послуг обсмаження кави, також вони продають обладнання для кав'ярень, і мають власний заклад у Львові, який користується великою популярністю, а самі вони позиціонують себе як найбільш якісні обсмажчки кави з різних частин світу [41]. Інші обсмажчики SafeBoutique також продають каву власного обсмаження, також надають в оренду або продають різне обладнання для приготування різних класичних та альтернативних кавових напоїв. SafeBotique офіційний дилером в

Україні таких брендів, як La Marzocco, Mahlkoenig, Dalla Corte, Marco, Mazzer, Baratza, Fiorenzato [42].

Фунт Кави – це компанія обсмажчик з Дніпра, який є одним із найбільш якісним та відомим виробником кави. В основному вони закупають каву не напряму у фермерів з різних країн Латинської Америки чи Африки, а у різних трейдерів з ЄС, які вже самостійно обирають спешелті каву [43]. Але щоб досягти максимальної ексклюзивності вони також закупають каву на пряму у виробників кави, обираючи плантації, органічність кави, висоту вирощування та кліматичні умови.

Світ Кави був одним із перших обсмажчиків кави, який почав свою роботу ще у 2012 році. Вони самостійно займаються відбором зерен, імпортують ці зерна, і контролюють доставку на різних етапах забезпечуючи найвищу якість [44]. А свою якісну продукцію вони продають як для домашнього використання, так і для офісів та кав'ярень.

Ще одним цікавим і новим гравцем на ринку кави в Україні є обсмажчки My Coffee Factory, які запустили сайт та мобільний додаток можна з легкістю замовити каву будь-якого сорту, будь-якої кількості, варіанту фасування [45]. Також вони дають можливість створити власний неповторний купаж, також вони планують розшири свої послуги на ринок ЄС, США та Японії.

Тому слід зазначити, що ринок кави в Україні є досить перспективним і буде розвиватися у найближчі роки досить швидко. Кав'ярні стають місцем зосередження спешелті кави, де люди різного віку можуть розвивати культуру споживання кави. Українці все частіше відмовляються від розчинної та сублімованої кави, що свідчить про покращення смакових вподобань населення, та перспективність для розвитку споживання зернової кави.

2.2. Нормативно-правове регулювання імпорту кави в Україну

Для початку нам слід розібратись з поняття «імпорт», а згідно з Законом України про зовнішньоекономічну діяльність [46] – «Імпорт (імпорт товарів) - купівля (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів з ввезенням або без ввезення цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами».

Оскільки в Україні клімат зовсім не підходить для вирощування кавових зерен, то країна є повністю імпортозалежною. Для прикладу в Україні представлені різні види кави майже з усього світу, починаю від кави в зернах, закінчуючи сублимованою та розвинною кавою.

Україна є країною, що перебуває в умовах регуляторного переходу. Основні регуляторні зусилля, проведені за останні роки, зробили українські норми імпорту продуктів харчування більш схожими на норми ЄС [47]. Але все ще існує досить багато обмежень.

Поставки кави вимагають сертифікації Українським управлінням стандартів, метрології та випробувань, а також схвалення органів радіологічного та екологічного контролю, Агентства санітарно-епідемічного контролю та Державного агентства з карантину. Імпортери несуть відповідальність за отримання всіх необхідних схвалень та сертифікатів, однак UPS може отримати їх від імені імпортера за додаткову плату. Крім того, імпортні поставки кави повинні супроводжуватися фітосанітарним сертифікатом, що надається вантажовідправником [48]. Крім всіх необхідних сертифікатів потрібні ще такі документи як картка обліку підприємства в митниці, зовнішньоекономічний контракт та специфікації до нього, різні транспортні документи, різні види

коносаменту, інвойси (рахунок-фактура), документи, що підтверджують вартість доставки товару до кордону України, та документи про страхування.

Кава проходить в базі УКТ ЗЕД під кодом 0901. І згідно із Законом України «Про митний тариф України» [49] з 3 липня 2020 року, діє нульова повна та пільгова митні ставки для несмаженої продукції 0901 11 00 (несмажена кава з кофеїном), 0901 11 00 10 (несмажена кава для промислового виробництва компонентів кавових напоїв і кави натуральної, смаженої в зернах, меленої, розчинної), 0901 11 00 90 (інша несмажена кава) 0901 12 00 00 (несмажена кава без кофеїну). Для продукції 0901 21 00 00 (смажена кава з кофеїном) та 0901 22 00 00 (смажена кава без кофеїну) діє повна та пільгова ставки у розмірі 5% від митної вартості. А при ввезенні в Україну продукції під кодом 0901 90 10 00 (шкарлупи та оболонки зерен кави) та 0901 90 90 00 (замінники кави, що містять каву) слід сплатити в державний бюджет мито у розмірі 20%.

Також в Україні є безліч міжнародних угод, щодо міжнародної торгівлі товарами. І почнемо ми з аналізу міждержавної угоди від 27.06.2014 – «Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони» (Association agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine, of the other part) [50]. Ця угода містить покращені тарифи для імпортерів з ЄС, та для експортерів українських товарів. Але минулого року українське законодавство урівняло свої звичні тарифи з імпорту необсмаженої кави і для інших держав. Також слід зазначити, що при імпорті обсмаженої кави з ЄС у 2021 році ставка ввізного мита становить 0%, у той час як для інших держав – 5%, схожа ситуація з замінниками кави, адже для імпорту з інших держав митна ставка становить 20%, а мито для імпорту з країн ЄС – 0%. Сполучене Королівство Великої Британії і Північної Ірландії, після «Брексіту» - виходу з Європейського Союзу, уклало «Угоду про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство між Україною та Сполученим Королівством Великої Британії і

Північної Ірландії» [51], у жовтні 2020 року. У цьому документі були збережені такі ж митні ставки, які і для країн Європейського Союзу.

Згідно з «Угодою про вільну торгівлю між Україною та Канадою» [52] діє нульова ставка на імпорт необсмажених кавових зерен, при цьому для вже обсмаженої кави імпортованої з Канади митна ставка становить 1,8% від митної вартості, а для кавових замінників – 7,5%. Також існує «Угода про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль» [53] та згідно з нею для імпорту необсмаженої зернової кави встановлена ставка ввізного мита у розмірі 0%, у той же час для імпорту вже обсмажених зерен діє ставка 4% від вартості, а при ввезенні кавових замінників імпортерам слід заплатити в державний бюджет 16% від вартості товару. Також діють багато різних інших угод, що можуть бути пов'язані з імпортом кави, але ми зазначили основні. На жаль, ніяких угод з країнами-виробниками кави Україна не має.

Також слід зазначити, що згідно з Податковим Кодексом України [54] в Україні діє оподаткування на додану вартість, тобто від контрактної вартості (вартості товару, яка зазначена у міжнародному контракті) слід спалити 20% до державного бюджету.

Для необсмажених кавових зерен Україна вимагає Фітосанітарний сертифікат, адже продукція повинна бути вільною від карантинних організмів, а також не походити з зони чи переміщуватися через зону карантинного режиму, згідно з Постановою Кабінету Міністрів України №1177 «Про Деякі питання реалізації Закону України «Про карантин рослин»» [55]. У той час як для обсмаженої кави необхідні сертифікати походження товару відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1147 «Про заборону ввезення на митну територію України товарів, що походять з Російської Федерації» [56]. А також для обсмаженої кави та кавових замінників, маркування повинно відповідати вимогам законодавства про безпеку та певним показникам якості харчових продуктів, також це маркування повинно бути зроблено українською

мовою. За наявності в харчовому продукті генетично модифікованих організмів (ГМО), і якщо їх частка більша за 0,9% на упаковці продукту повинно бути відповідне маркування. Якщо ці умови не виконуються, то товар не може бути розмитненим і реалізовуватися на території України.

Проаналізувавши весь процес та нормативно-правові акти, що стосуються імпорту кави в Україну, слід зазначити, що даний продукт можна без проблем імпортувати і не мати клопоту. Звісно під час введення на митну територію України неосмаженого зерна, існує потреба в оформленні різних документів від виробників, сертифікатів якості продукції, сертифікатів якості рослин. Але в результаті компанії які займаються обсмажуванням будуть отримувати максимальну вигоду через нульові ставки мита для такого виду кави, в додаток до всього вони можуть самостійно якісно обсмажити зерно. У разі імпорту вже обсмаженої кави, митний збір зростає, але це зазвичай уже упакована кава, яка прямує не на підприємства, а прямо до споживача через різні мережі розрібної чи оптової торгівлі.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ КАВИ

Вирощування кави є важливим для розвитку економіки, адже кава є джерелом доходу для понад 12 мільйонів ферм по всьому світу, а також слід зазначити, що всі ці підприємства задовольють потреби мільярдів людей, які вживають каву вдома, на роботі, під час прогулянки чи вечері в ресторані.

Але як зазначають фахівці нинішній низький рівень цін на каву в основному є результатом перевиробництва [57]. За два роки поспіль надлишок на ринку призвів до надлишкової пропозиції, яка, за оцінками, становила 5% світового виробництва. Надлишок пропозиції є ключовим фактором, який, незважаючи на сильне зростання споживання, призводить до нинішнього низького рівня цін на каву. Також спекуляції на ф'ючерсних ринках посилюють рух цін. На сьогоднішній день довгострокові тенденції цін на каву в деяких країнах є негативними. І це в результаті може призвести до погіршення стану фермерів, адже вони просто поступовому будуть банкрутувати від незмоги покривати свої витрати. Ще однією важливою проблемою є недостатня політика підтримки місцевих фермерів, які вирощують кавові зерна, адже якби державам вдалось підтримати фінансово звичайних фермерів, а не великих агрохолдингів, то люди в усьому світі мали б змогу споживати більш диверсифіковану каву з цікавим та незвичайним смаком та ароматом.

Також слід зазначити про існування технічні та санітарні бар'єри для доступу на різні ринки для звичайних фермерів, які вирощують кавові зерна [58]. Адже для прикладу, щоб кавові зерна змогли пройти митний контроль на території США, Канади чи ЄС, виробники повинні надати безліч документів, сертифікатів якості, підтвердження органічності продукції, відсутності ГМО, сертифікатів про країну

походження продукту, умови вирощування, збору врожаю, відповідності компанії тм її діяльності міжнародним стандартам, законодавствам та цілям сталого розвитку.

Задля покращення становища простих виробників кави, які її просто вирощують, слід поліпшити ефективність сільського господарства, а саме надати можливості для покращення виробництва, введення в експлуатацію різних механізмів, контролю за якістю кавового зерна, сприяти диверсифікації доходів, покращити доступ до страхування ризиків. Також після надання доступу до інновацій

Уряди та органи управління на національному, регіональному та міжнародному рівнях можуть використовувати широкий спектр заходів, включаючи механізми гарантування закупівлі, встановлення цін, стабілізаційні фонди, управління пропозицією та стимулювання попиту.

Подальший розвиток світового ринку кави можливий у результаті створення нових фінансових механізмів, що зможуть гарантувати доступ до фінансування та стратегічних інвестицій та страхування для дрібних фермерів які займаються вирощуванням кави. Для координації інвестицій у світовий кавовий сектор одним із варіантів є об'єднання ресурсів різних донорів в один глобальний механізм фінансування. Уряди краї можуть запропонувати для своїх фермерів особливу систему оподаткування, та можливість створити інтегровані об'єднання.

Міжнародна кавова організація може продовжувати створення єдиного ринку кави, який буде зручним для усіх учасників ринку, та надасть підтримку у процесі трансформації, впровадженні нових інструментів керування та збереженні плантацій.

Саме стимулювання та фінансування виробництва кави є гарною можливістю для впровадження сталого сільського господарства в країнах Латинської Америки та Африки. Адже коли сільські домогосподарства, що вирощують каву, отримують гідну оплату праці, мають певний прибуток, який дозволяє їм мати гідний рівень

життя, забезпечує гендерну та расову різноманітність працівників, а також виключає експлуатацію дитячої праці.

Також на виробництво кави впливають соціальні фактори, такі як цивільні та навіть міжнародні збройні конфлікти, міграція. Для прикладу, у Мексиці існує глибока залежність селян від виробництва кави, адже це їх єдине джерело доходу, що в свою чергу призводить до бідності, а також там поширені різні цивільні збройні – бандитські конфлікти, що не можуть гарантувати селянам певну стабільність [59]. А у Колумбії громадянська війна та проблеми торгівлі наркотиками стали однією з серйозних проблем, з якими стикаються кавові плантації, адже вони руйнують весь бізнес та спричиняють великі міграції населення, а отже і відмову від виробництва кави. Серед африканських країн, які стикалися з критичними ситуаціями, виділяються Конго, Кенія, Уганда, Зімбабве та Замбія. Випадок з Руандою чудово ілюструє, як соціальні проблеми впливають на виробництво кави. В результаті нападу, який закінчив життя президента Хабіарімани в 1994 році, почалося протистояння між політичними та соціальними фракціями. Переважаюча група, хуту, розгорнула масові різанини проти сотень тисяч тутсі, спричинивши виселення громадян Руанди в сусідні країни [59].

Слід зазначити, що з появою спешелті кави, лбди все більше звертають увагу на країну походження кави, кліматичні умови в якій дозрівало зерно, а також на його органічність. Що даже значний поштовх для дрібних фермерів з різних країн розвивати своє виробництво та продавати унікальну каву. Таке розвищення кавового ринку, урізноманітнення сортів, диференціювання якості та забезпечення унікального досвід для кожного споживача – зможе дати ще більший поштовх для розвитку.

Міжнародна кавова організація заохочує країн-членів розвивати стійкий та екологічний кавовий сектор для забезпечення досягнення цілей щодо сталого розвитку [60]. Організація працює над сприянням усвідомленню необхідності стійкої кавової економіки шляхом інформування зацікавлених сторін у кавовому

секторі про загрозу стійкості, що створюється негативними економічними умовами для виробників, та пропонуючи заходи у таких сферах, як якість, просування та диверсифікація підтримувати баланс на світовому ринку кави.

З екологічної сторони кава - вічнозелений чагарник, отже, дає важливий внесок у поглинання вуглецю, а також є ефективним у стабілізації ґрунтів. Це також дозволяє зберегти більшу частину вихідного біорізноманіття на засаджених територіях. Однією з головних проблем деяких регіонів є забруднення води, що виникає в результаті вологого перероблення кавового зерна, тому виробникам слід використовувати екологічно чисті технології для процесу миття.

Кліматична мінливість також впливає на врожай кави у світі, тому очікується, що зміна клімату в результаті глобального потепління призведе до фактичних змін у тому, де і як можна виробляти каву в майбутньому. Тому виробникам слід починати адаптуватися до можливих наслідків, вповаждуючи більш якісну обробку землі та рослин після збору врожаю. А країни повинні розбудовувати потенціал інших регіонів, удосконалювати моніторинг кліматичних даних, підвищувати родючість ґрунтів, та впроваджувати нові моделі виробництва.

Встановлені ринки в Північній Америці, Європі та Японії становлять майже 53% світового споживання кави. Країни-виробники ІСО складають ще 30%, а ринки, що розвиваються, споживають 9%. Залишок 8% споживається іншими імпортерами, які не є членами. Споживання на душу населення в різних країнах значно різниться. Таким чином, існує значний потенціал для збільшення глобального споживання: лише три країни-виробники ІСО (Індія, Індонезія та Мексика) мають загальне населення 1,5 мільярда, але споживають лише п'ять мільйонів 60-кілограмових мішків кави на рік [61].

Міжнародна кавова організація виступає джерелом інформації та ресурсів, таких як відео, презентації, дискусійні спільноти та новини які сприяють збільшенню споживання кави у різних країнах. А також вона цінна для вирішення проблем, розвитку зв'язків та ведення бізнесу.

Люди обмежують споживання кави через страх про взаємозв'язок кави з погішенням стану здоров'я. Однак зараз є значна наукова інформація про позитивні наслідки вживання кави на здоров'я. Програма охорони здоров'я - кава (HCP-CEP) орієнтована на медичну та медичну аудиторію [61], наприклад, лікарів загальної практики, медсестер, дієтологів та медичних закладів. Вона має на меті розвіяти дезінформацію та міфи, що пов'язують вживання кави із поганим здоров'ям чи конкретними захворюваннями, та просувати збалансовані наукові повідомлення щодо наслідків помірної споживання кави на здоров'я.

Отже збільшивши споживання кави у світі ми отримаємо ринок, які забезпечує прибутковість для виробників, розвиток екологічного сільського господарства та сектору економіки який буде сприяти сталому розвитку.

ВИСНОВКИ

Ринок кави особливий, адже він розділений між фізичним ринком та фінансовим ринком сировини, які тісно взаємопов'язані. На цей ринок впливають різні політичні та економічні фактори, які іноді застосовуються різними країнами, тому розуміти специфіку цього ринку є досить важливим для успішної зовнішньоекономічної діяльності.

Після дослідження ми можемо сказати, що ми досягли мети кваліфікаційної роботи, ми вивчили теоретичні та організаційні основи розвитку світового ринку кави та провели аналіз та оцінили розвитку ринку кави в Україні

Також ми виконали всі поставлені завдання проаналізували теоретичні та організаційні основи світового ринку кави, визначили характерні риси та особливості його розвитку. Приділили значну увагу аналізу сучасний стан ринку та розглянули сегментування світового ринку кави. Потім провели порівняльне дослідження світового та українського ринків, зосередили увагу на ринку кави в Україні, розглянули фактори впливу та особливості розвитку. Дослідили нормативно-правове регулювання імпорту кави в Україну. У останній частині роботи розглянули основні виклики, що стоять перед подальшим розвитком ринку, визначили шляхи вирішення цих проблем та окреслили перспективи розвитку для світового ринку кави та звернули особливу увагу на розвиток ринку в Україні.

Взагалі слід також зазначити, що 2020 рік змінив багато у споживанні кави, адже все людство мусило змиритися з викликами пандемії, залишатися вдома та відмовитись від ресторанів, кафе, вуличних кіосків з кавою і тд. Така зміна в споживанні призвела до змін пріоритетів і в суспільстві стало більш популярним вживання кави вдома, і саме завдяки цьому зріс ринок Інтернет-покупок кави для власного споживання.

Також протягом останніх кількох років було помічено, що з кожним роком споживачі стають більш обізнаними щодо процесу виробництва кави, вони бажать споживати лише сертифіковані кавові продукти, також цікавляться на скільки продукція є органічною, в яких умовах кавові зерна вирощувалися. Слід зазначити, що попит на каву сильно сконцентрований у кількох транснаціональних компаніях, які контролюють 56,0% світової торгівлі. Така ситуація помітно впливає на прибуток від експорту, роблячи економіку країн, які залежать від цього товару, дуже вразливою і впливаючи на умови життя виробників, які беруть участь у кавовому агропродовольчому ланцюзі.

Найбільше кави споживають в європейських країнах, таких як Німеччина, Італія, Іспанія, Великобританія та інші. Звичайна кава продається у різних виглядах, як розчинна, мелена в зернах, в стіках чи капсулах. Вони легко доступні в різних торгових марках та мережах супермаркетів та дуже популярні у всіх країнах світу. Для України найбільш традиційним ринком є ринок розчинної кави, адже так позначилось на нашій державі перебування у складі СРСР.

Останні роки органічна кава заповонила світовий ринок кави, така кава характеризується вирощуванням за суворими міжнародними стандартами, що сприяють збереженню здоров'я, навколишнього середовища та призводять до чесної торгівлі. Такий вид кави дуже популярний у виробників з Колумбії, Ямайки, Панами та інших країн. Також зараз швидко розвивається інший вид - спешелті кава.

Український ринок кави зростав з 2015 року до 2020, але через пандемію Covid-19, спричинив спад. Для багатьох людей в Україні споживання кави - це швидше звичка, ніж процес, який вимагає розумової участі, і більшість з них споживають каву поза додом – на роботі, навчанні чи прогулянках по місту.

Проаналізувавши весь процес та нормативно-правові акти, що стосуються імпорту кави в Україну, слід зазначити, що даний продукт можна без проблем імпортувати і не мати клопоту. Звісно під час введення на митну територію України

неосмаженого зерна, існує потреба в формленні різних документів від виробників, сертифікатів якості продукції, сертифікатів якості рослин.

Існує безліч загроз для розвитку ринку кави, але якщо перетворити всі процеси виробництва та підігнати їх під світові стандарти та націлити їх на досягнення цілей сталого розвитку можна з впевненістю сказати, що у ринку є майбутнє. Також збільшивши споживання кави у світі буде існувати ринок, який забезпечить прибутковість для виробників, розвиток екологічного сільського господарства.

Що стосується подальших розробок з цього питання, це дослідження може послужити основою для інших досліджень, а по різних країнах, чи більш локальних регіональних ринках. Адже ринок кави змінюється кожен день, так само як і змінюються смаки людей, які обирають яку каву вони будуть пити завтра.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. COFFEE MARKET - GROWTH, TRENDS, COVID-19 IMPACT, AND FORECASTS (2021 - 2026) // Mordor Intelligence: [Веб-сайт]. 2020. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/coffee-market> (дата звернення: 16.05.2021).
2. Manual de Producción de café // Портал Info Cafes. URL: <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/01/manualcafe.pdf> (дата звернення: 17.05.2021).
3. La producción y el consumo del café // ECORFAN. URL: https://www.ecorfan.org/spain/libros/LIBRO_CAFE.pdf (дата звернення: 17.05.2021).
4. Clara Rahola J. Características en el mercado de futuros de café // Universitat Oberta de Catalunya. 2017. URL: <https://economia-empresa.blogs.uoc.edu/es/mercado-futuros-cafe/> (дата звернення: 17.05.2021).
5. History // International Coffee Organization: [Веб-сайт]. URL: https://www.ico.org/icohistory_e.asp?section=About_Us (дата звернення: 17.05.2021).
6. EL MERCADO INTERNACIONAL DE CAFÉ // Economía. URL: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/gchmf/tesis.pdf> (дата звернення: 17.05.2021).
7. The value of Coffee // International Coffee Organization. 2021. URL: <https://issuu.com/internationalcoffeeorg/docs/cdr2020/12?ff> (дата звернення: 17.05.2021).
8. Pelupessy W. THE WORLD BEHIND THE WORLD COFFEE MARKET // *Études rurales*. 2007., вип. 2. С. 187-212.
9. Coffee market worldwide - statistics & facts // Statista: [Веб-сайт]. 2021. URL: <https://www.statista.com/topics/5945/coffee-market-worldwide/#dossierSummary> (дата звернення: 17.05.2021).

10. ANNUAL REVIEW COFFEE YEAR 2019/2020 // INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION. 2020. URL: <https://www.ico.org/documents/cy2020-21/annual-review-2019-2020-e.pdf> (дата звернення: 17.05.2021).

11. COFFEE MARKET - GROWTH, TRENDS, COVID-19 IMPACT, AND FORECASTS (2021 - 2026) // Mordor Intelligence: [Веб-сайт]. 2020. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/coffee-market> (дата звернення: 16.05.2021).

12. IMPACT OF COVID-19 ON THE GLOBAL COFFEE SECTOR: SURVEY OF ICO EXPORTING MEMBERS // International Coffee Organization. 2020. URL: <https://www.ico.org/documents/cy2019-20/coffee-break-series-3e.pdf> (дата звернення: 17.05.2021).

13. Statista // Coffee market: worldwide production 2003/04-2019/20 (in million 60 kilogram bags)*: [Веб-сайт]. 2020. URL: <https://www.statista.com/statistics/263311/worldwide-production-of-coffee/> (дата звернення: 17.05.2021).

14. What's New // International Coffee Organization: [Веб-сайт]. URL: <https://www.ico.org/> (дата звернення: 18.05.2021).

15. Coffee Market Report March 2021 // International Coffee Organization. URL: <https://www.ico.org/documents/cy2020-21/cmr-0321-e.pdf> (дата звернення: 17.05.2021).

16. Створене посилання: Statista // Leading countries worldwide based on coffee area harvested 2019: [Веб-сайт]. URL: <https://www.statista.com/statistics/279162/top-countries-worldwide-based-on-coffee-area-harvested/> (дата звернення: 18.05.2021).

17. Imports of coffee by selected importing countries - February 2021 // International Coffee Organization. URL: <https://www.ico.org/prices/m4-imports.pdf> (дата звернення: 19.05.2021).

18. Monthly export statistics (Members & Non-Members) - April 2021 // International Coffee Organization. URL: <https://www.ico.org/prices/m1-exports.pdf> (дата звернення: 19.05.2021).

19. COFFEE MARKET - GROWTH, TRENDS, COVID-19 IMPACT, AND FORECASTS (2021 - 2026) // Mordor Intelligence: [Веб-сайт]. 2020. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/coffee-market> (дата звернення: 16.05.2021).

20. Organic Coffee Market: Introduction // Persistence Market Research: [Веб-сайт]. URL: <https://www.persistencemarketresearch.com/market-research/organic-coffee-market.asp> (дата звернення: 19.05.2021).

21. Organic Coffee Market by Type (Arabica and Robusta), Packaging Type (Stand-Up Pouches, Jars & Bottles, and Others), and Sales Channel (Hypermarket/Supermarket, Departmental & Convenience Stores, Specialty Stores, Online Sales Channels, and Others): Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2019–2026 // Allied Market Research: [Веб-сайт]. 2019. URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/organic-coffee-market-A06085> (дата звернення: 20.05.2021).

22. NICHE MARKETS FOR COFFEE: SPECIALTY, ENVIRONMENT AND SOCIAL ASPECTS: звіт / за ред. International Trade Centre. Geneva: International Trade Centre, 2012. 39 с.

23. . Overview of the Global Coffee Sector Supply Chain // The World Bank. Washington, DC, 2015. URL: https://www.findevgateway.org/sites/default/files/publications/files/overview_of_the_global_coffee_sector_supply_chains_1.pdf (дата звернення: 21.05.2021).

24. The Genie & His Blue Bottle – Yuriy Kulchytsky: The Beginning of Coffee in Vienna & Lviv // Forgotten Galicia: [Веб-сайт]. 2018. URL: <https://forgottengalicia.com/the-genie-his-blue-bottle-yuriy-kulchytsky-the-beginning-of-coffee-in-vienna-lviv/> (дата звернення: 21.05.2021).

25. Inside Ukraine's Booming Coffee Scene // Perfect Daily Grind: [Веб-сайт]. 2020. URL: <https://perfectdailygrind.com/2020/04/insides-ukraines-booming-coffee-scene/> (дата звернення: 21.05.2021).
26. Monthly export statistics (Members & Non-Members) - April 2021 // International Coffee Organization. URL: <https://www.ico.org/prices/m1-exports.pdf> (дата звернення: 19.05.2021).
27. The coffee consumption in Ukraine // Yasno Research and Consulting Group: [Веб-сайт]. URL: http://yasno-group.com/en/projects/ukraine_in_numbers/the_coffee_consumption_in_ukraine/ (дата звернення: 22.05.2021).
28. Coffee in Ukraine // Euromonitor International: [Веб-сайт]. 2021. URL: <https://www.euromonitor.com/coffee-in-ukraine/report> (дата звернення: 22.05.2021).
29. Organic Coffee Market in Ukraine Shows 8.9% Growth // Coffee Business Intelligence: [Веб-сайт]. 2016. URL: <https://coffeebi.com/2016/08/31/coffee-market-in-ukraine-has-shown-8-9-growth/> (дата звернення: 22.05.2021).
30. Coffee in Ukraine // Statista: [Веб-сайт]. URL: <https://www.statista.com/outlook/смо/hot-drinks/coffee/ukraine> (дата звернення: 22.05.2021).
31. За 5 років імпорт кави Україною виріс на 63% // Український клуб аграрного бізнесу : [Веб-сайт]. 2021. URL: https://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/za_5_rokiv_import_kavi_ukrainoyu_viris_na_63# (дата звернення: 22.05.2021).
32. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД // Офіційний портал Державної фіскальної служби України: [Веб-сайт]. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/fl11> (дата звернення: 22.05.2021).
33. Державна служба статистики: [Веб-сайт]. 2021. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 22.05.2021).

34. Про компанію // Галка: [Веб-сайт]. 2021. URL: <https://www.galca.ua/about.html> (дата звернення: 22.05.2021).
35. Наша кава // JDE Professional: [Веб-сайт]. 2021. URL: <https://www.jdeprofessional.com.ua/coffee/> (дата звернення: 22.05.2021).
36. Ukrainian Coffee Company: [Веб-сайт]. 2021. URL: <https://ucc.net.ua/ua/> (дата звернення: 22.05.2021). Транслітерація: Ukrainian Coffee Company: [Веб-сайт]. 2021. URL: <https://ucc.net.ua/ua/> (дата звернення: 22.05.2021).
37. Про компанію // Віденська кава: [Веб-сайт]. URL: <http://www.wienerkaffee.eu/about-ua.php> (дата звернення: 22.05.2021).
38. Caffeinated Ukraine // Coffee t&i: [Веб-сайт]. URL: <http://www.coffeeteaimagazine.com/caffeinated-ukraine/> (дата звернення: 22.05.2021).
39. UKRAINIAN COFFEE CULTURE IS BOOMING, AND HERE IS WHY // European Coffee Trip: [Веб-сайт]. URL: <https://europeancoffeetrip.com/ukrainian-coffee-culture/> (дата звернення: 22.05.2021).
40. Про нас // Kyiv City Roast: [Веб-сайт]. URL: <https://kyivcityroast.com.ua/uk/about/> (дата звернення: 22.05.2021).
41. Про нас // Палярня Чехович: [Веб-сайт]. URL: <https://chegovych.com/pro-nas.html> (дата звернення: 22.05.2021).
42. Про нас // Cafe Boutique: [Веб-сайт]. URL: <https://cafeboutique.ua/ua/cafeboutique-about-us.html> (дата звернення: 22.05.2021).
43. Фунт кави: [Веб-сайт]. URL: <https://funtcoffee.com.ua> (дата звернення: 22.05.2021).
44. Про нас // Світ кави: [Веб-сайт]. 2021. URL: <https://svitkavy.com/uk/price-list/request/> (дата звернення: 22.05.2021).
45. Сервіс My Coffee Factory: перший додаток з обсмажування кави // The Village Ukraine: [Веб-сайт]. 2019. URL: <https://www.thevillage.com.ua/village/food/food-promo/286323-my-coffee-factory> (дата звернення: 22.05.2021).

46. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 15.08.2020 р. № 959-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (дата звернення: 22.05.2021).

47. Ukraine Exporter Guide // USDA. Київ, 2019. URL: https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Export%20Guide_Kiev_Ukraine_2-5-2019.pdf (дата звернення: 22.05.2021).

48. Import/Export (United States to Ukraine) // UPS. URL: https://www.ups.com/ga/CountryRegsPrint?loc=en_US&origcountry=US&destcountry=UA&cat=004002&PrintRegulations=PrintRegulations (дата звернення: 23.05.2021).

49. Про Митний тариф України: Закон України від 04.06.2020 р. №674-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/674-20#Text> (дата звернення: 23.05.2021).

50. ASSOCIATION AGREEMENT between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine, of the other part // EU . 2014. URL: https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2016/november/tradoc_155103.pdf (дата звернення: 23.05.2021).

51. Угода про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство між Україною та Сполученим Королівством Великої Британії і Північної Ірландії від 16.12.2020 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/826_001-20#Text (дата звернення: 22.05.2021).

52. Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою від 14.03.2017 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/124_052-16#Text (дата звернення: 22.05.2021).

53. Угода про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль від 11.07.2019 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/376_001-19#Text (дата звернення: 22.05.2021).

54. Податковий кодекс України від 15.05.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 22.05.2021).

55. Постанова Кабінету Міністрів України від 15.11.2019 щодо Деяких питань реалізації Закону України “Про карантин рослин” URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1177-2019-%D0%BF#Text> (дата звернення: 22.05.2021).

56. Постанова Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 Про заборону ввезення на митну територію України товарів, що походять з Російської Федерації URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1147-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 22.05.2021).

57. Informe de la OIC sobre desarrollo cafetero de 2019 Sumario // International Coffee Organization. 2019. URL: <http://www.ico.org/documents/cy2018-19/ed-2318c-overview-flagship-report.pdf> (дата звернення: 25.05.2021).

58. Flores D. Oportunidades y Desafios para Pequeños Productores de Café en un marco global de cambio // Fundación Nacional pra el Desarrollo. 2008. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/35286368.pdf> (дата звернення: 25.05.2021).

59. EL MERCADO INTERNACIONAL DE CAFÉ // Economía UNAM. URL: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/gchmf/tesis.pdf> (дата звернення: 25.05.2021).

60. Developing a sustainable coffee economy // International Coffee Organization: [Веб-сайт]. 2021. URL: https://www.ico.org/sustaindev_e.asp (дата звернення: 25.05.2021).

61. Promotion and Market DevelopmentDeveloping a sustainable coffee economy // International Coffee Organization: [Веб-сайт]. 2021. URL:https://www.ico.org/promotion_e.asp (дата звернення: 25.05.2021).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

SUMMARY

Maiorov H.V. The world coffee market. - Bachelor's qualification paper. Sumy State University, Sumy, 2021.

The qualifying bachelor's thesis focuses on studying the world coffee market and reflecting trends in its development on the local Ukrainian market. To achieve the goal of the work were analyzed the characteristic features and peculiarities of the growth of the world coffee market. Particular attention was paid to studying the current state of the market and the peculiarities of its segmentation. Also conducted an analysis of the local Ukrainian coffee market and a detailed description of this process's coffee import and regulatory regulations. Problems and prospects of their functioning in the world coffee market are revealed.

Keywords: coffee, the world coffee market, the coffee market in Ukraine, the culture of coffee consumption, organic coffee, coffee beans, coffee imports, specialty coffee.

Анотація

Майоров Г.В. Світовий ринок кави. – Кваліфікаційна бакалаврська робота. Сумський державний університет, Суми, 2021.

Кваліфікаційна бакалаврська робота фокусується на дослідженні світового ринку кави, та відображенні тенденцій його розвитку на локальний український ринок. Для досягнення мети роботи було проаналізовано характерні риси та особливості розвитку світового ринку кави. Особливу увагу було приділено дослідженню сучасного стану ринку та особливостям його сегментування. Також

проведено аналіз локального українського ринку кави, а також детально описано процес імпорту кави, та нормативно-правове регулювання цього процесу. І виявлено проблеми і перспективи їх функціонування світового ринку кави.

Ключові слова: кава, світовий ринок кави, ринок кави в Україні, культура споживання кави, органічна кава, кавове зерно, імпорт кави, спешелті кава.

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»
студента 4-го курсу групи МЕ-72а
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту
Сумського державного університету

Майорова Григорія Володимировича

на тему
«Світовий ринок кави»

Результати оцінювання

Критерій оцінювання	Кількість балів	Фактична кількість балів
1. Ступінь актуальності кваліфікаційної роботи магістра	0-10	
2. Глибина розкриття теми	0-10	
3. Вміння аналізувати досліджувану наукову тему, чітко й логічно викладати головні аспекти проблеми	0-10	
4. Вміння аргументовано й логічно подавати узагальнення й висновки	0-10	
5. Доцільність використання обраних методів наукового дослідження	0-10	
6. Новизна та практичне значення викладених у роботі висновків і пропозицій	0-10	
7. Повнота та різноманітність вивчення джерельної бази	0-10	
8. Вміння застосовувати набуті знання під час аналізу практичних, методологічних і теоретичних проблем	0-10	
9. Якість оформлення кваліфікаційної роботи	0-10	
10. Мова та стиль кваліфікаційної роботи	0-10	
Разом		

Інші зауваження (недоліки), рекомендації _____

Шкала оцінювання ЕСТС	Національна шкала оцінювання	Бальна шкала оцінювання
A	відмінно (5,0)	$90 \leq RD \leq 100$
B	добре (4,0)	$82 \leq RD \leq 89$
C		$74 \leq RD \leq 81$
D	задовільно (3,0)	$64 \leq RD \leq 73$
E		$60 \leq RD \leq 63$
FX	незадовільно (2,0)	$35 \leq RD \leq 59$
F		$RD < 35$

Загальний висновок: тема кваліфікаційної роботи розкрита досить повно. Завдання до розрахунково-аналітичної частини виконане у повному обсязі. Розгляд основних питань теми проведений із застосуванням необхідного фактичного і статистичного матеріалу.

Робота відповідає всім нормативним вимогам, що висуваються до змісту кваліфікаційних робіт, і заслуговує оцінки «відмінно» та може бути рекомендованою до захисту, а її автор, Майоров Григорій Володимирович, заслуговує присвоєння освітнього ступеня бакалавр зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини».

Рецензент:

(посада, науковий ступінь)

(підпис, дата)

(ініціали, прізвище)

М.П.

« ____ » _____ 20__ р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту
Кафедра міжнародних економічних відносин

ЛИСТ ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

на здобуття освітнього ступеня
бакалавр

Студента _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

Група _____ курс _____ спеціальність _____
(шифр групи) (номер курсу) (шифр та назва спеціальності)

ННІ БіЕМ СумДУ, денної форми навчання.

Тема кваліфікаційної роботи _____

1. Оцінювання керівника та рецензента кваліфікаційної роботи

Критерій оцінювання	Кількість балів
1. Оцінювання змістовних аспектів керівником кваліфікаційної роботи	
Загальний рівень розкриття теми в кваліфікаційній бакалаврській роботі (коригувальний коефіцієнт – 3)	0–5
Теоретична та практична цінність одержаних результатів, зокрема наявність апробації результатів кваліфікаційної бакалаврської роботи (коригувальний коефіцієнт – 2)	0–5
Наявність логічної послідовності та наукового стилю викладення матеріалу дослідження (коригувальний коефіцієнт – 2)	0–5
Оригінальність, аргументованість, обґрунтованість висновків та інші позитивні моменти кваліфікаційної бакалаврської роботи (коригувальний коефіцієнт – 2)	0–5
2. Оцінювання організаційних аспектів керівником кваліфікаційної роботи	
Додержання графіка виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи	0–5
Відповідність кваліфікаційної бакалаврської роботи до вимог нормоконтролю	0–5
3. Результат зовнішнього рецензування кваліфікаційної бакалаврської роботи	0–5
Разом	60

Недоліки та зауваження, аргументація оцінювання: _____

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ (науковий ступінь, вчене звання, посада)

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

2. Оцінювання захисту кваліфікаційної роботи ЕК

Критерій оцінювання	Кількість балів
Теоретична та практична цінність результатів (коригувальний коефіцієнт – 2)	0–5
Презентація роботи (якість доповіді та роздаткового матеріалу) (коригувальний коефіцієнт – 2)	0–5
Відповіді на поставлені запитання, вміння проводити наукову дискусію (коригувальний коефіцієнт – 4)	0–5

3. Відомості, що вносяться до протоколу роботи

Екзаменаційної комісії

Оцінка, балів			Загальна оцінка		
керівника	рецензентів	захисту ЕК	за 100-бальною шкалою	за 4-бальною шкалою	за системою ECTS

Завідувач кафедри

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

Секретар ЕК

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)