

УДК 339.13.024

**ВІТЮК Анна Валеріївна**

кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки  
Вінницький національний технічний університет, Україна  
ORCID ID: 0000-0001-5211-4948  
e-mail: anna\_vitiuk@ukr.net

**ЗАЛЄВСЬКА Аліна Олександрівна**

студентка кафедри менеджменту, маркетингу та економіки  
Вінницький національний технічний університет, Україна  
ORCID: 0009-0003-3245-8315  
e-mail: alina.zalevska13@gmail.com

**АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РИНКУ КАВОВИХ НАПОЇВ В УКРАЇНІ**

*В статті досліджено ринок кавової індустрії в Україні. Виявлено та описано країни-виробники кавових зерен. Проаналізовано обсяги експорту та імпорту кави в Україні впродовж 2020-2021 років. Детально досліджено структуру експорту кави в Україні за кварталами 2021 року. Розраховано та охарактеризовано зміни в розмірах та зроблено висновки щодо виявлених результатів. Досліджено етапи становлення кавової індустрії в Україні та світі, загалом. Детально описано особливості кожної з хвиль становлення. Ознайомлено із структурою кав'ярень за форматами в Україні протягом 2018–2020 років, виявлено та проаналізовано структуру споживання кави у кав'ярнях за їх видом в Україні впродовж 2018-2020 років. Охарактеризовано найбільш популярні формати кав'ярень в Україні та ознайомлено із їх характеристиками. Досліджено найпопулярніші напої в асортименті кав'ярень для українців у 2021 році та напої, які споживають українці в кав'ярнях у 2021 році. Виявлено основні фактори, які мають вплив на розвиток кавової індустрії в Україні. Досліджено основні сертифікати якості кави, яка пропонується споживачам в Україні.*

**Ключові слова:** ринок кави, кавові зерна, експорт/імпорт кави, кавові напої, кав'ярні, формати кав'ярень, кавова індустрія

JEL classification: D12; L10

DOI: <https://doi.org/10.31649/ins.2023.4.72.80>**1. ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ**

Діяльність суб'єктів господарювання у сфері приготування кавових напоїв являє собою важливий інструмент для високоліквідного використання капіталу, при цьому є галуззю, якій притаманний високий рівень конкуренції. Бізнес заснований у сфері приготування кави та похідних напоїв належить до найбільш поширених форм малого підприємництва у світі. Як результат,

заклади ресторанного господарства, кафе, кав'ярні ведуть безперервну конкурентну боротьбу за сегментацію ринку, шукаючи при цьому нових споживачів та зберігаючи вже існуючих клієнтів.

Кавова індустрія, як одна із складових ресторанного господарства, в умовах сьогодення набула світового масштабу, такий вид бізнесу активно розвивається і в Україні. Наразі кава є одним із найбільш реалізованих товарів, не поступаючись місцем при цьому: енергоносіям, науковим технологіям тощо. Кав'ярні стали невід'ємною частиною життя

людей, які проживають як у мегаполісах, містах, так і в селах, оскільки саме в цих закладах на перше місце висувають високу якість продукту, який пропонується в асортименті, та приділяється достатня увага розвитку культури споживання кавових напоїв.

## **2. АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ**

Дослідженням ринку кав'ярень присвячено низку зарубіжних та ряд українських публікацій, серед яких є праці таких науковців як Чан Т. С., Юдіна Н. В., Литвин О. А., Щерба О. Ф., Шиманський Р. Є., Родіон Е. С., Конотецький С. А., Волошин І. П. та інших. Однак відкритість внутрішнього ринку для нових постачальників, постійно зростаюча культура споживання, виникнення нових видів напоїв сприяють активному розвитку та модифікації ринку кавових напоїв, що актуалізує дослідження його основних тенденцій та оцінювання можливостей зростання цього напряму бізнесу в майбутньому.

## **3. ВИДІЛЕННЯ НЕВИРШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ**

Кавові напої з кожним роком користуються все більшим попитом серед споживачів оскільки такий вид продукції є в асортименті усіх видів закладів громадського харчування та ресторанного господарства, тому аналіз ринку кавових напоїв України є доцільним з позицій виявлення перспектив розвитку цього бізнесу в Україні. Особливо цікавим є дослідження ринку кавових напоїв з позиції місць їх продажу та готовності споживачів споживати все нові види напоїв, що визначається особливостями сировини, що імпортується з різних країн світу.

## **4. ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ**

Метою статті є дослідження ринку кавових напоїв в Україні та виявлення перспектив розвитку галузі в майбутньому.

## **5. ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБҐРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ**

Кава являє собою напій, який виготовляється із насіння плодів, тобто із зерен кавових кущів або ж невеличкого вічнозеленого дерева, вирощування якого можливе лише у тропічних країнах. Відповідно саме ці країни-виробники визначають світові тенденції у споживанні кави. Світовий ринок кави активно зростає, якщо він оцінювався в 2020 році у 102,02 млрд доларів США то за прогнозами аналітично-консалтингової фірми «Mordor Intelligence», він досягне CAGR (складений річний темп приросту) 4,28% впродовж прогнозованого періоду до 2026 року [1].

Світовий експорт зеленої кави в серпні 2022 р. становив 8,83 млн мішків (вага мішка дорівнює 60 кг), що у порівнянні з 2021 р. – 9,17 млн мішків – на 3,7% менше. Спад експорту зеленої кави був характерний на усі види кави, за винятком Brazilia Naturals, де спостерігається зростання на 7,1% у серпні 2022 року в порівнянні з 2021 р, про що стверджується спеціалізованою організацією International Coffee Organization на своєму сайті [2].

З початком пандемії COVID-19 і до цього часу ринки імпорту та споживання кави в країнах Європи, Америки та Азії переживають кризу. Уряди були вимушені запровадити в державі карантин, дотримання соціальних дистанцій, що як наслідок здійснило величезний вплив на використання кави в кафе, кав'ярнях та усіх інших закладах в яких споживачам пропонували кавові напої. Звичайно найбільше постраждали від скорочення споживання саме країни-світові лідери за виробництвом кави (рис.1) [3].

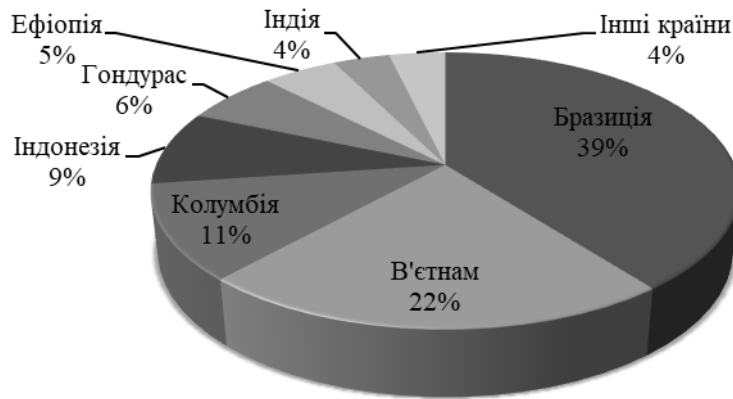


Рис. 1. Найбільші світові виробники кави у 2022 році (розроблено на основі [3])

Проаналізувавши статистичну інформацію, наведену на рис. 1, ми можемо зазначити, 1/3 частину всього обсягу кавових зерен вирощує Бразилія, оскільки має відповідні кліматичні умови для вирощування цього виду продукції. Вона щорічно випускає 12 млн мішків зеленої кави, тому й досі посідає лідируюче місце серед світових виробників.

Колумбія вирощує близько 10,5 млн мішків готової продукції. Індонезія постачає близько 6,7 млн. та 5,8 млн мішків зерен кави постачає В'єтнам. Ринок кави визначається саме місцем розташування територій де зерна вирощують найбільше, оскільки придатні кліматичні умови, охоплюють основні країни Північної Америки, Європи, Азіатсько-

Тихоокеанського регіону, Південної Америки, Близького Сходу та Африки, то саме вони визначають тенденції, а точніше сорти, обсяги та умови постачання кавових зерен на світовий ринок [3]. Саме під впливом розвитку ринку кавових зерен формується ринок кавових напоїв в Україні.

Дослідження ринку кавових напоїв варто розпочати із аналізу обсягів експорту та імпорту кави в Україні впродовж 2020–2021 р. згідно з даними Державної служби статистики України (табл. 1).

Отже, можемо зробити висновок, що обсяги імпорту кави в Україні перевищують обсяги експорту, оскільки вирощування кавових зерен не можливе при природних умовах, які є в нашій країні.

Таблиця 1

Структура експорту-імпорту кави в Україні впродовж 2020-2021 років

| Назва показника | Експорт          |                  |                        |                           | Імпорт           |                  |                        |                          |
|-----------------|------------------|------------------|------------------------|---------------------------|------------------|------------------|------------------------|--------------------------|
|                 | 2020 р. млн дол. | 2021 р. млн дол. | 2021 р. у % до 2020 р. | У % до загально-го обсягу | 2020 р. млн дол. | 2021 р. млн дол. | 2021 р. у % до 2020 р. | У % до загального обсягу |
| Усього          | 49191, 8         | 68072, 3         | 138,4                  | 100,0                     | 54336,1          | 72843,1          | 134,1                  | 100,0                    |
| Кава            | 15,0             | 15,9             | 105,9                  | 0,0                       | 251,3            | 266,7            | 106,1                  | 0,4                      |
| Частка, %       | 0,03             | 0,02             | -                      | -                         | 0,46             | 0,37             | -                      | -                        |

Джерело: узагальнено автором на основі даних [4]

З табл. 1 ми бачимо, що у 2020 році обсяг експорту сягав 15,0 млн дол., тоді як у 2021 році експорт кави зріс і його розмір становив 15,9 млн дол. Аналізуючи динаміку імпорту кави, можна зробити висновки, що обсяг імпорту збільшився з 251,3 млн дол. У 2020 р. до 266,7 млн дол. США у 2021 р. Частка експорту кави знизилась від 0,03 % – 2020 р. до 0,02 % – 2021 р., відповідно частка

імпорту становила 0,46 % у 2020 р. та 0,37 % у 2021 році. Ввіз кавових зерен в Україну в рази перевищує його вивіз, даний процес покупки з-за кордону спрямований на задоволення внутрішніх споживчих потреб.

Як вже зазначалось, Україна в даній сфері господарювання є повністю імпортозалежною, оскільки відсутнє вирощування вказаної культури на її

території, причиною цього є невідповідні природно-кліматичними умовами. Вирощування кавових дерев та куштів можливе лише в тропічному кліматі, тому повний цикл виробництва кави є невласивим процесом для України. Безперечно цікавим є факт про експорт кави з України, оскільки наша держава не вирощує кавових зерен. Втім, в Україні працює низка підприємств виробників кави, які перобляють імпортовані кавові зерна, таких підприємств в Україні налічується загалом понад 1,5 тис. [5]. Серед найбільш відомих брендів кави, що виготовляються в Україні можна віднести «Gemini», «Кава зі Львова», «Галка», «Віденська кава», «Жокей». Ключовими чинниками успіху виробників на ринку кави є широка збутова мережа, висока якість продукції, оригінальність смаку продукції, відомість товарної марки, помірні ціни на товари, привабливе упакування, високий рівень сервісу посередників, активне

просування, широкий товарний асортимент [6, с. 64].

Розглянемо структуру експорту та імпорту кави за кількістю ввезеного та вивезеного продукту за кварталами 2021 р. на основі даних Державної служби статистики України (табл. 2; табл. 3). Дослідивши динаміку експорту кави у табл. 2, можна зробити висновок, що його обсяг щоквартально зростає з 3,2 млн дол. у I кварталі до 5,4 млн дол. у IV кварталі, що вказує на те, що українські підприємства з виробництва кави намагаються збільшувати зовнішню торгівлю, знаходять нові ринки збуту на світовому ринку кави. Проте з початком російського вторгнення в Україну ряд партнерів побоюються здійснювати платежі на українські рахунки. Для деяких країн, які вважаються ризиковою зоною, здійснення платежів заборонено, тому і пошук нових ринків збуту ускладнився.

Таблиця 2

Структура експорту кави в Україні за кварталами 2021 року, млн дол. США

| Назва показника | 2021 рік | I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал |
|-----------------|----------|-----------|------------|-------------|------------|
| Усього          | 68072,3  | 13698,5   | 16212,3    | 18295,6     | 19865,9    |
| Кава            | 15,9     | 3,2       | 3,5        | 3,9         | 5,4        |
| Частка, %       | 0,2      | 0,2       | 0,2        | 0,02        | 0,02       |

Джерело: узагальнено автором на основі даних [4]

Проналізувавши дані у табл. 3, ми можемо бачити щоквартальне зростання імпортованих кавових зерен із 59,5 млн дол. у I кварталі до 78,9 млн. дол. у IV кварталі 2021 року. При цьому частка імпорту кави знизилась від 0,4 % у I кварталі до 0,35 % у IV

кварталі 2021 року. В результаті можна зробити висновки, що Україна змінює ринки закупівлі зеленої кави, а також українська кавова індустрія знаходить нових закордонних виробників.

Таблиця 3

Структура імпорту кави в Україні за кварталами 2021 року, млн дол. США

| Назва показника | 2021 рік | I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал |
|-----------------|----------|-----------|------------|-------------|------------|
| Усього          | 72843,1  | 14970,0   | 16167,6    | 19332,9     | 22372,6    |
| Кава            | 266,7    | 59,5      | 62,2       | 66,1        | 78,9       |
| Частка, %       | 0,37     | 0,40      | 0,38       | 0,34        | 0,35       |

Джерело: узагальнено автором на основі даних [4]

Крім аналізу експорту та імпорту кавових зерен, важливо проаналізувати розвиток кавової індустрії в світі та Україні. Досліджувана галузь пройшла три етапи становлення, кожен з яких мав свої особливості та вплинув на теперішній стан кавового бізнесу.

Проналізуємо більш детально кожен із етапів, почнемо із першої хвилі, яка характеризується споживанням розчинної кави. На полицях супермаркетів нам представлені скляні банки з Nescafe та Jacobs. Розчинна кава являє собою продукт, для якого каву готують заздалегідь, а потім повністю забирають з неї вологу. У результаті

проведених дій виходить порошок, який містить кофеїн та здалека нагадує смак та аромат, який може дати чашка свіжозвареної кави. Також популярним видом розчиненої кави того часу були кавові стіки 2в1 або 3в1, які містили у складі близько 10% кави, а решта — цукор, сухе молоко, стабілізатори та емульгатори.

Отже, проаналізувавши інформацію, можна зробити висновок, що під час першої хвилі люди розглядали каву, як масовий продукт та не акцентували уваги на її смаку та ароматі.

Наступним не менш важливим етапом стала поява таких сильних мереж кав'ярень по всьому світі, як Starbucks. Завдяки маркетинговій активності бренд став популярним та просунув у маси напої великого об'єму на основі еспресо з молоком, сиропами та різними додатками.

Щодо України, то друга хвиля припала на 2000 роки, коли з настанням більшої економічної стабільності у країні розвивалися кав'ярні з кавовими машинами та напоями на основі еспресо. Тоді також починають імпортувати свіжообсмажену каву з Європи, переважно італійських виробників, а на полицях магазинів переважають такі бренди, як Lavazza, Movenpick, Dallmayr.

Під час другої хвилі на перший план виходить отримання задоволення від споживання кави, тож важливою складовою було створення атмосфери кав'ярень та широкий вибір кавового меню.

Третя хвиля асоціювалась із кавою як мистецтвом. Даний період почався на початку 2000-х років, а справжнього розголосу набув в останнє десятиліття. Третя хвиля виділяє не атмосферу навколо кави, а сам напій, його смак та аромат. В її основі лежить споживання кави високої якості, або specialty coffee, тобто кава, про яку знають усе: від країни походження зерен, на якій висоті вони зростали, який був метод обробки, компанію-обсмажчика та ступінь обсмажки. Головними гравцями ринку стають вже не великі корпорації, а «крафтові» виробництва, які працюють задля того, щоб розвинути любов до кави, а не для заробляння грошей [7].

Кавова індустрія України, як вже зазначалось вище, стала бурхливо розвиватися тільки в останні кілька років. Для українського ринку характерне збільшення

стабільного попиту на каву і кавові продукти. Збільшується кількість пропозицій, адже сьогодні придбати каву можна на кожному кроці. Проте загострюється конкуренція кавової індустрії, що позитивно відображається на якості продукції.

Переробка кавових зерен та споживання натуральної кави в Україні стрімко зростає. Цей ринок в Україні представлений великою кількістю дрібних операторів, які відкривають свої мобільні кав'ярні в місцях із високою прохідністю. Найдинамічніший сегмент – кавові острівки, що пов'язано з невеликими початковими інвестиціями та малим терміном окупності. Хоч у 2018–2019 рр. споживання кави різко зросло, у 2020 році воно зменшилося на 4,6 тис. т в порівнянні з 2019 р. Зниження споживання кави, викликаного пандемією COVID-19, вплинуло на обмеження імпортних поставок.

Кав'ярні сьогодні являють собою заклади ресторанного господарства, де каву готують на новому рівні з індивідуальним підходом до кожного гостя. Сучасні види закладів ресторанного господарства багатформатні, тому створення національної кав'ярні – один із засобів реклами країни. Сегментація за видами закладів ринку кав'ярень в Україні дозволила визначити, що найбільшого поширення набули кавові острівки, на другому місці кав'ярні на колесах та найменше поширення мають великі стаціонарні заклади (рис. 2).

Досліджуючи структуру усіх видів підприємств, варто зазначити про значне збільшення їх кількості у 2019 році та скорочення у 2020 році, що як передбачається було продовжено і в наступні роки пандемії та військової агресії. Спочатку таке падіння обсягу ринку пов'язане із впливом фактора карантину, уведеного в країні для боротьби з поширенням вірусу COVID-19, а згодом трансформувалося у скорочення обсягів споживання через розвиток бойових дій на значній території держави. Проте це тимчасове явище, і з часом кавова індустрія неминуче повернеться до зростання та покаже свою позитивну динаміку через розвиток мереж закладів, збільшення асортименту напоїв та зростання культури споживання напоїв.

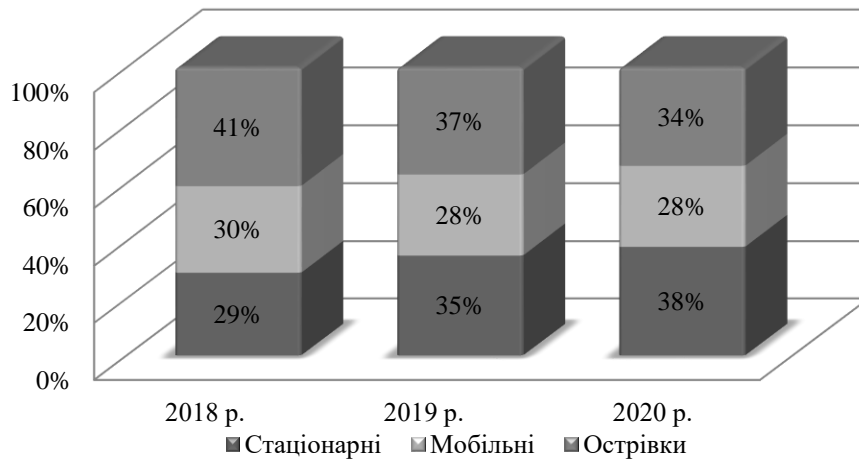


Рис. 2. Структура кав'ярень за форматами в Україні протягом 2018–2020 рр. (розроблено на основі [8])

Розглянемо структуру кав'ярень де українці найбільше споживали каву впродовж дня [8] (рис. 3).

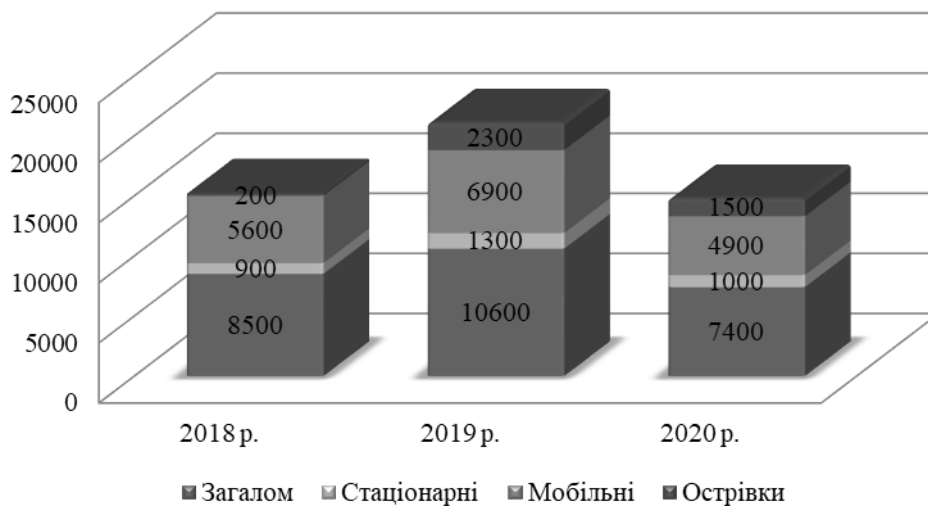


Рис. 3. Структура споживання кави у кав'ярнях за їх видом в Україні впродовж 2018-2020 років, штук (розроблено на сонові [8])

На сьогодні у 2023 році в зв'язку з впливом карантину та війни на ринку України можна виділити два основні формати кав'ярень, які є найпопулярнішими:

1. Традиційна кав'ярня, де в основному асортимент продукції складає кава, чай і десерт. У цих закладах часто надають послуги самообслуговування. Послуга полягає в тому, що споживачі самостійно підходять до барної стійки, замовляють собі замовлення і самостійно себе обслуговують після отримання замовлення. Являється найзручнішим форматом для споживача.

2. Інший формат, де в асортименті продукції крім кави та чаю, входять ще салати, інші страви та алкоголь. У цих закладах обслуговують за більш високі ціни. Споживачами такий формат також затребуваний та відповідно кав'ярні активно розвиваються [9].

На рис. 4 та рис. 5 ми можемо побачити, що найпопулярнішим напоєм в кав'ярнях традиційного типу в Україні у 2021 році було американо, тоді як в кав'ярнях 3-ї хвили, тобто в закладі, де завжди на першому місці висока якість продукту й розвиток самої культури споживання кави – лате [8].

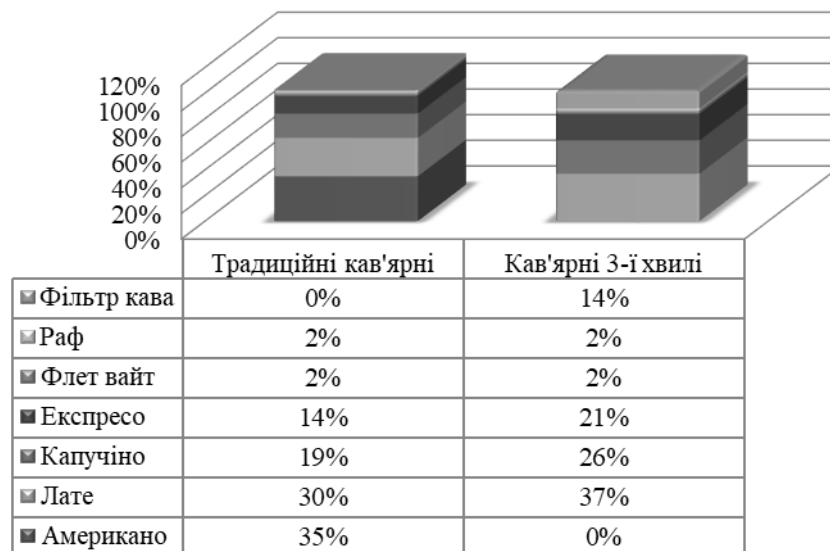


Рис. 4. Найпопулярніші напої в кав'ярнях для українців у 2021 році (розроблено на основі [10])

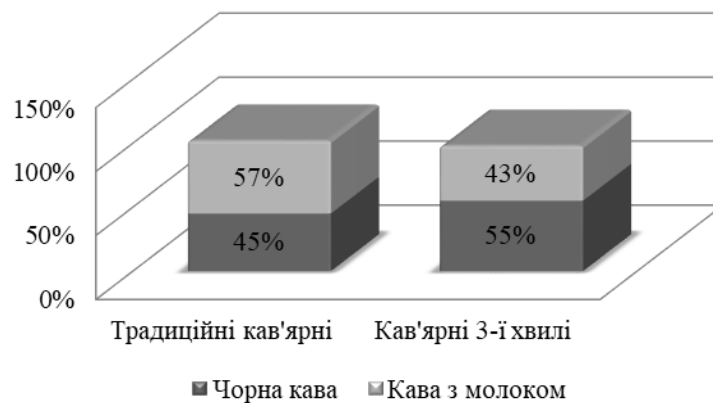


Рис. 5. Напої, які споживають українці в кав'ярнях у 2021 році (розроблено на основі [10])

Якщо ж говорити про те, що більше любляють українці чорну каву чи каву з додаванням молока, ми знову ж таки бачимо різницю між двома типами кав'ярень, в традиційних переважають кави з молоком, тоді як в закладах 3-ї хвили – звичайна чорна кава. Не менш цікавим фактом є те, що в кав'ярнях не є популярним чай, саме кавові напої є тими напоями на які варто покладатись при відкритті закладів малого бізнесу.

Згідно з даними Державної служби статистики України [4], роздрібний товарообіг кави у 2021 році становив 7,88 млрд грн, у 2022 р. він зменшився на 160,3 млн дол. В Донецькій, Київській, Одеській, Харківській, Херсонській та Чернігівській областях кавовий бізнес зазнав найбільших втрат у результаті знищення ресторанних закладів, торгових точок кавових автоматів, закладів торгівлі.

На підставі опрацьованих джерел варто виділити такі закономірності сучасного стану кавової індустрії в Україні: з початку російсько-української війни значна кількість власників кавового бізнесу зосередили своє виробництво на території Західної України, задля збереження бізнесів. Внаслідок припинення морських перевезень кораблями акваторією Чорного моря імпорт кавових зерен із 51 країною був припинений, відповідно галузь змогла переналагодити логістику постачань; маневреність у видах використовуваного транспорту попри збільшення тривалості в часі, дозволила подальших розвиток кавового бізнесу в країні.

На разі українські споживачі віддають перевагу сертифікованій каві, щоб бути впевненими в якості напою. Сертифікована кава є гарантією для споживача у надійності продукту, оскільки кава зазнає значної

фальсифікації. Сертифікація UTZ (Міжнародна некомерційна організація) – це найбільша програма сертифікації кави та какао. UTZ прагне зробити сталі сільське господарство нормою, заохочуючи фермерів до використання екологічно чистих методів ведення сільського господарства та прибуткового управління своїми фермами з повагою до споживачів кави та природи. Низка організацій із сертифікації кави займаються перевіркою виробничих процедур та ланцюга поставок кави, а саме: Сертифікація справедливої торгівлі, Сертифікація Rainforest Alliance, UTZ Certification [3]. Тенденція до високоякісних сортів кави з вищими цінами зростатиме протягом майбутніх років, незважаючи на вплив пандемії COVID-19, яка є вже в минулому та вторгнення російських військ в Україну.

## 6. ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМКУ

Основними факторами, які мають вплив на розвиток ринку кавової індустрії в теперішній час є, звичайно, бойові дії в Україні, також вагомим є фактор інфраструктурних витрат, не варто забувати про можливі перебої із постачаннями та умовами роботи у зимовий період і звичайно, вподобання, смаки потенційних гостей кав'ярень. Проте попри всі вище згадані негаразди в Україні спостерігається зростання обсягів продажів обсмаженої зернової та меленої кави, тоді як попит на розчинну навпаки знижується, загострюється конкуренція між національними та міжнародними виробниками, які мають відокремлені підрозділи на території нашої держави та реалізують свою кавову продукцію на ринку кави в Україні і варто звернути увагу на те, що із стрімким зростанням нових кав'ярень, попит на кавові напої – підвищується, як і рівень конкуренції, серед її місцевих виробників.

### Література

1. Mordor Intelligence. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/coffee-market>
2. International Coffee Organization. URL: <https://icocoffee.org/what-we-do/world-coffee-statistics-database/>
3. Громик О. Аналіз сучасного стану кавової індустрії в Україні. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2022. № 2. т. 5. С. 250-266.
4. Економічна статистика / зовнішньоекономічна діяльність. *Державна служба статистики України* : веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Маркетингове дослідження ринку кави – короткий огляд. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/marketingovoe-issledovanie-rynka-kofekratkij-obzor>
6. Косар Н. С., Кузьо Н. Є., Сворень О. М. Дослідження галузевої структури на ринку кави України. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. Вип. 63. С. 62-67.
7. Кавова культура в Україні: три хвили, розвиток альтернативи та світове визнання. *Na chasi*. URL: <https://nachasi.com/specprojects/2021/10/04/coffee-culture-in-ukraine/>
8. Сергій Корецький керував мережею WOG. Хто він такий. *Forbes Ukraine*. URL: <https://forbes.ua/company/sergiy-koretskiy-keruvav-odnieyu-z-naybilshikh-kompaniy-ukraini-wog-teper-vin-bude-sviy-nevelikiy-kavoviy-biznes-i-ni-pro-shcho-ne-shkode-10092021-2361>
9. Чан Т. С., Юдіна Н. В. Стан розвитку ринку кав'ярень в Україні. *Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених. Сер. Економіка і менеджмент*. 2017. № 11. URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22583/1/2017-11\\_3-11.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22583/1/2017-11_3-11.pdf)
10. Найпопулярніші кавові напої в Україні – дослідження. *The Village Україна*. URL: <https://www.village.com.ua/village/food/food-news/283329-naypopulyarnishi-kavovi-napoyi-v-ukrayini-doslidzhennya>

### References

1. Mordor Intelligence. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/coffee-market>
2. International Coffee Organization. URL: <https://icocoffee.org/what-we-do/world-coffee-statistics-database/>
3. Gromyk O. Analiz suchasnago stanu kavovoi industrii v Ukraini. [Analysis of the current state of the coffee industry in Ukraine]. *Restaurant and hotel consulting. Innovations*. 2022. no. 2, vol. 5. P. 250-266.
4. Ekonomichna statystyka / zovnishnoekonomichna dialnist. [Economic statistics / foreign economic activity]. State Statistics Service of Ukraine. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Marketynhove doslidzhennia rynku kavu – korotkyi ohliad. [Marketing Research on the Coffee Market - A Brief Overview]. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/marketingovoe-issledovanie-rynka-kofekratkij-obzor>



6. Kosar N. S., Kuzo N. Ye., Svoren O. M. Doslidzhennia haluzevoi structurey na rynku kavy Ukrainy. [Study of the industry structure in the coffee market of Ukraine Economics and management of enterprises]. 2022. no. 63. pp. 62-67.
7. Kavova kultura v Ukraini: try hvyli, rozvytok alternatyvy ta svitove vyznannia. [Coffee culture in Ukraine: three waves, alternative development and world recognition]. Na chasi. ULR: <https://nachasi.com/specprojects/2021/10/04/coffee-culture-in-ukraine/>
8. Serhii Koretskyi keruvav merezhevy WOG. Hto vin tskyi. [Serhii Koretskyi managed the WOG network. Who is he?] Forbes Ukraine. ULR: <https://forbes.ua/company/sergiy-koretskyi-keruvav-odnieyu-z-naybilshikh-kompaniy-ukraini-wog-teper-vin-bude-sviy-nevelikiy-kavoviy-biznes-i-ni-pro-shcho-ne-shkodue-10092021-2361>
9. Chan T. S., Yudina N. V. Stan rozvytku kaviaren v Ukraini. [State of development of the coffee shop market in Ukraine]. Actual problems of economics and management: a collection of scientific works of young scientists. Ser. Economics and management. 2017. No. 11. ULR: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22583/1/2017-11\\_3-11.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22583/1/2017-11_3-11.pdf)
10. Naipopuliarnishi kavovi napoi v Ukraini. [The most popular coffee drinks in Ukraine – research]. The Village Ukraine. ULR: <https://www.village.com.ua/village/food/food-news/283329-naypopulyarnishi-kavovi-napoyi-v-ukrayini-doslidzhennya>

---

### Abstract

VITIUK Anna, ZALIEVSKA Alina

#### *Analysis of the development of the coffee beverages market in Ukraine*

*The article examines the coffee industry market in Ukraine. The countries producing coffee beans are identified and described. The volumes of export and import of coffee to Ukraine during 2020-2021 were analyzed. The structure of coffee exports in Ukraine by quarters of 2021 was studied in detail. The changes in size were calculated and characterized, and conclusions were drawn regarding the revealed results. The stages of the formation of the coffee industry in Ukraine and the world in general are studied. The features of each of the formation waves are described in detail. The structure of coffee shops by format in Ukraine during 2018-2020 was introduced, the structure of coffee consumption in coffee shops by their type in Ukraine in the continuation of 2018-2020 was identified and analyzed. The most popular formats of coffee shops in Ukraine are characterized and their characteristics are introduced. The most popular drinks in the assortment of coffee shops for Ukrainians in 2021 and the drinks consumed by Ukrainians in coffee shops in 2021 were studied. The main factors influencing the development of the coffee industry in Ukraine have been identified. The main quality certificates of coffee offered to consumers in Ukraine were studied.*

**Keywords:** coffee market, coffee beans, coffee export/import, coffee drinks, coffee shops, coffee shop formats, coffee industry

---

Стаття надійшла до редакції 11.12.2023 р.

#### Бібліографічний опис статті:

Вітюк А. В., Залєвська А. О. Аналіз розвитку ринку кавових напоїв в Україні. *Innovation and Sustainability*. 2023. № 4. С. 72-80.

Vitiuk A., Zalievska A. (2023) Analysis of the development of the coffee beverages market in Ukraine. *Innovation and Sustainability*, no. 4 pp. 72-80.