

К. ВОРОБИЙОВ, Н. ГУРЖІЙ

КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ СВІТОВОГО РИНКУ КАВИ

У дослідженні систематизовано інформацію щодо тенденцій розвитку світового ринку кави для виявлення проблем упродовж 2016–2021 рр. Саме тому автори не тільки систематизують інформацію, але й проводять конкурентний аналіз на підставі статистичних баз даних. **Предметом** дослідження є конкурентний аналіз світового ринку кави. **Мета** статті – дослідження поточного стану світового ринку кави, визначення ключових гравців на ньому, які є засновниками процесів його розвитку, оцінювання їхньої конкурентоспроможності. У статті вирішуються такі **завдання**: аналіз поточного стану світового ринку кави та тенденції його розвитку; визначення ключових гравців світового ринку кави та аналіз їхніх фінансових показників; оцінювання конкурентоспроможності найбільших компаній із виробництва кави у світі за певними параметрами. **Методи**, що застосовуються: аналіз, синтез, порівняння, згрупування, комплексне оцінювання. Отримані **результати**: вивчено поточний стан світового ринку кави, ціни на зелене кавове зерно, світові обсяги внутрішнього виробництва кави (врожай) та експорту; визначено основні країни-імпортери та експортери кавового зерна, роздрібні ціни на обсмажене кавове зерно серед країн світу, обсяги продажів готової кавової зернової, розчинної продукції у світі, частки ринку роздрібною торгівлю найбільших світових виробників зернової та розчинної кавової продукції, співвідношення продажів готової кавової продукції у світі за географічною ознакою. Проаналізовано фінансові показники найбільших компаній із виробництва кавової продукції у світі, а саме *Nestle, Jacobs Douwe Egbert, Luigi Lavazza S.p.A, Strauss Group, Illycaffè S.p.A.*, за період 2016–2021 рр. Оцінено конкурентоспроможність досліджуваних компаній із виробництва готової кавової продукції за певними параметрами, що дало змогу визначити трьох лідерів на світовому ринку. **Висновки**. Результати проведеного конкурентного аналізу світового ринку кави можуть бути використані в роботі консалтингових компаній, бізнес-аналітиків та власників кавового бізнесу. Практична користь дослідження полягає у визначенні на підставі статистичних баз даних ключових показників функціонування ринку та у формуванні структурного підходу до проведення конкурентного аналізу не лише світового, а й національного ринку кави.

Ключові слова: світовий ринок кави; конкурентний аналіз; світові виробники кави; кавові бренди; кавова продукція.

Вступ

У сучасному світі кавовий напій став невід'ємним продуктом щоденного споживання, що своїми властивостями додає тону організму та є приємним на смак. Протягом останнього десятиліття серед споживачів світу зростає попит на зернову каву, а на розчинну – зменшується. Тому з кожним роком на світовому ринку з'являється все більша кількість новостворених виробників кавової продукції, які стають конкурентами найбільшим транснаціональним компаніям з виробництва кави. Тому актуальним є проведення конкурентного аналізу поточного стану світового ринку кави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Світовий ринок кави та його проблеми протягом 2014–2017 рр. досліджували В. Ходикіна та О. Родіна [1]. Питання особливостей розвитку світового та українського ринку кави впродовж 2016–2019 рр. вивчали І. Мандрик та Д. Гурний [2]. Формування особливостей географічних кавових ідентифікаторів

розглядав закордонний експерт А. Рам [3]. Особливості економічного аналізу діяльності компаній із виробництва кави у Європі досліджували експерти С. Баттіно й Ц. Донато [4]. Проведенням аналізу стійкості кавового виробництва займався зарубіжний експерт С. Крістіан [5]. Однак проведені дослідження не охоплюють проміжок часу з 2016 до 2021 рр. та не містять конкурентний аналіз світового ринку кави.

Визначення невирішених аспектів загальної проблеми

Залишається невирішеним питання щодо проведення конкурентного аналізу світового ринку кави протягом 2016–2021 рр. на основі вибірки із статистичних баз даних *International Coffee Organization* [6] та *Euromonitor International* [7], які дають змогу комплексно оцінити конкурентоспроможності найбільших світових виробників кави. **Мета роботи** полягає у проведенні конкурентного аналізу світового ринку кави, що передбачає вирішення таких завдань: аналіз поточного стану світового ринку кави та вивчення

тенденцій його розвитку; визначення ключових гравців світового ринку кави та з'ясування їхніх основних фінансових показників; оцінювання конкурентоспроможності найбільших компаній із виробництва кави у світі за визначеними параметрами.

Матеріали та методи

Конкурентний аналіз світового ринку кави варто розпочати з вивчення тенденцій його розвитку та динаміки середніх цін за один мішок кавового зерна вагою 60 кг "Арабіки" та "Робуста" за період 2016–2021 рр. (див. рис. 1). Інформація сформована на основі щомісячних звітів *International Coffee Organization* [6].

Відповідно до наведених на рис. 1 показників, середня вартість одного мішка кавового зерна вагою 60 кг сорту "Арабіка" 2016 р. становила \$216,75, 2019 р. ціна знизилась до \$172,80, що пов'язано із гарним врожаєм "Арабіки" за цей період. 2021 р. ціна зросла до максимальних значень – \$230,26. Це пояснюється зниженням врожайності впродовж 2020–2021 рр., оскільки кавові дерева увійшли в трирічний цикл, і світовою фінансово-економічною кризою, спричиненою пандемією Covid-19. Щодо кавових зерен сорту "Робуста", то динаміка коливання цін та причини цього є аналогічними.

У табл. 1 наведені показники щодо загальних обсягів зібраного врожаю серед країн світу, які вирощують кавові зерна, та загальних обсягів експорту протягом 2016–2021 рр. [8, 9, 10].

Як видно з табл. 1, за період 2016–2019 рр. світові обсяги внутрішнього виробництва (врожай) кави зросли на 10 %, протягом 2019–2020 рр. спостерігається циклічне зменшення врожайності на 4 %, з 2020 до 2021 рр. збільшуються обсяги на 2 %. Загалом за досліджуваний період (2016–2021 рр.) приріст становив 8 %. З 2016 до 2021 рр. обсяги експорту країн світу, які вирощують кавові зерна, збільшився на 12 %, протягом 2020–2021 рр. обсяги залишилися майже без змін, що й пояснює зростання середніх цін на каву в цей проміжок часу (див. рис. 1). Необхідно зауважити, що зменшення обсягів експорту впродовж 2020–2021 р. може бути пов'язано із зменшенням попиту на каву та падінням купівельної спроможності споживачів, викликаним світовою фінансово-економічною кризою, яка почалась 2019 р. Також можна стверджувати, що виробництво (вирощування) кави в країнах світу спрямовано не на задоволення внутрішніх потреб, а на експортування кави для розвитку економіки (ВВП).



Рис 1. Середні ціни за один мішок кавового зерна вагою 60 кг сортів "Арабіка" та "Робуста" протягом 2016–2021 р., \$/60 кг

Таблиця 1. Світові обсяги внутрішнього виробництва кави (врожай) та експорту протягом 2015/16–2020/21 рр., тис. мішків вагою 60 кг

Показник / рік	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
1	2	3	4	5	6	7
Обсяг внутрішнього виробництва (врожай)	156126,00	162320,00	163693,00	172461,00	165053,00	169064,00
Обсяг експорту	116396,00	121334,00	119519,00	126598,00	130098,00	130033,00
Частка експорту	74,55%	74,75%	73,01%	73,41%	78,82%	76,91%

Країни світу, що вирощують та експортують кавові зерна (зелену каву), поділені на три групи, відповідно до звітів *International Coffee Organization*:

1) квітнева група країн-експортерів, у якій 100 % кавових плантацій є дерева та кущі "Арабіки";

2) липнева група країн-експортерів, у якій 80 % кавових плантацій є дерева та кущі "Арабіки", а решта 20 % – кущі "Робусти";

3) жовтнева група – одна з найбільших груп країн-експортерів, – у якій 50 % кавових плантацій є кущі "Арабіки" та інші 50 % – кущі "Робусти" [8].

У табл. 2 запропонована інформація щодо обсягів виробництва (врожаю) кавових зерен п'яти найбільших

країн-виробників світу, а також обсяги експорту в період з 2015/16 до 2020/21 рр. [8, 9,10, 11, 12].

Відповідно до показників, наведених в табл. 2, найбільшими країнами-виробниками зерен зеленої кави та експортерами є Бразилія, В'єтнам, Колумбія, Індонезія та Гондурас. Зазначимо, що ці країни експортують від 47 % до 99 % зібраного врожаю, з 2016 до 2021 рр. спостерігається коливання обсягів виробництва та експорту кави, з 2019 до 2021 рр. обсяги виробництва та експорту кави зменшуються.

У табл. 3 наведена інформація щодо найбільших країн-імпортерів кавових зерен протягом 2015/16–2020/21 рр. [13, 14].

Таблиця 2. Загальні обсяги виробництва (врожаю) кави та обсяги експорту ТОП-5 країн-виробників з 2015/16 до 2020/21 рр., тис. мішків вагою 60 кг

Країна / рік / показник	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21	Приріст 2015/21, %	Приріст 2020/21, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Бразилія								
Обсяг виробництва	52871,00	56788,00	52740,00	65131,00	58211,00	69000,00	30,51	18,53
Експорт	37563,00	34269,00	30925,00	35637,00	40698,00	44848,00	19,39	10,20
Частка експорту	71,22%	60,35%	58,69%	54,72%	69,91%	65,00%	8,45	7,02
В'єтнам								
Обсяг виробництва	31090,00	29819,00	33432,00	31583,00	30487,00	29000,00	-6,72	-4,88
Експорт	21944,00	29721,00	25092,00	31385,00	27400,00	25625,00	16,77	-6,48
Частка експорту	70,58%	99,67%	75,05%	99,37%	89,87%	88,36%	25,19	-1,68
Колумбія								
Обсяг виробництва	14009,00	14634,00	13824,00	13866,00	14100,00	14300,00	2,08	1,42
Експорт	12716,00	12831,00	12985,00	12808,00	13672,00	12499,00	-1,71	-8,58
Частка експорту	90,77%	87,68%	93,33%	92,37%	96,96%	87,41%	-3,70	-9,85
Індонезія								
Обсяг виробництва	12585,00	11541,00	10852,00	9618,00	11433,00	12100,00	-3,85	5,83
Експорт	8379,00	6545,00	8198,00	4539,00	6334,00	7278,00	-13,14	14,90
Частка експорту	66,58%	56,71%	75,54%	47,19%	55,40%	60,15%	-9,66	8,57
Гондурас								
Обсяг виробництва	5786,00	7457,00	7560,00	7153,00	6931,00	6100,00	5,43	-11,99
Експорт	5030,00	5306,00	7341,00	7144,00	6765,00	5009,00	-0,42	-25,96
Частка експорту	86,93%	71,15%	97,10%	99,87%	97,60%	82,11%	-5,54	-15,87

Таблиця 3. ТОП-5 країн-імпортерів кавових зерен за період 2015/16–2020/21 рр., тис. мішків вагою 60 кг

Країна / рік	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21	Приріст 2015/21, %	Приріст 2020/21, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Разом імпорт у світі	121378,00	127632,00	126063,00	129947,00	134944,00	132319,00	9,01	-1,95
США	27708,00	28838,00	29488,00	28918,00	30854,00	29242,00	5,54	-5,22
Частка від світового імпорту	22,83%	22,59%	23,39%	22,25%	22,86%	22,10%	-3,19	-3,34
Німеччина	21316,00	22368,00	21765,00	22147,00	22432,00	22077,00	3,57	-1,58
Частка від світового імпорту	17,56%	17,53%	17,27%	17,04%	16,62%	16,68%	-4,99	0,37
Італія	9328,00	10224,00	10020,00	10639,00	10914,00	10775,00	15,51	-1,27
Частка від світового імпорту	7,69%	8,01%	7,95%	8,19%	8,09%	8,14%	5,96	0,68
Франція	6809,00	6738,00	6967,00	7624,00	7993,00	7996,00	17,43	0,04
Частка від світового імпорту	5,61%	5,28%	5,53%	5,87%	5,92%	6,04	7,72	2,02

Відповідно до табл. 3, загальні обсяги імпорту кави у світі з 2015/16 до 2020/21 рр. зросли на 9,01 % (+10941 тис. мішків вагою 60 кг), однак за період 2019/20–2020/21 рр. відбулось зменшення на 1,95 % (-2625 тис. мішків вагою 60 кг). Серед країн світу США має найбільшу частку імпорту, що становить від 22 % до 23 % від загального обсягу. Друге місце посідає Німеччина з часткою імпорту кави від 16 % до 18 %. Частки імпорту Італії та Франції коливаються від 5 % до 9 %, частки усіх інших країн-імпортерів кави не перевищують 5 %.

Необхідно зауважити, що у США та Німеччині спостерігається тенденція зменшення обсягів імпорту зерен кави за період 2015/16–2020/21 рр., тоді як у Італії та Франції спостерігається динаміка збільшення обсягів імпорту зерен кави.

Інформація щодо середніх роздрібних цін на обсмажену каву в країнах світу впродовж 2016–2021 рр. дає змогу визначити ТОП-5 країн із найвищими роздрібними цінами за 1 кг обсмажених кавових зерен за 2016–2021 рр. (див. табл. 4) [15].

Таблиця 4. Найвищі середні роздрібні ціни за 1 кг обсмажених кавових зерен серед країн світу протягом 2016–2021 рр., \$/кг

Країна / рік	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Приріст 2016/2021, %	Приріст 2020/2021, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Велика Британія	42,00	36,20	37,80	40,80	39,00	39,00	-7,14%	0,00%
Мальта	28,40	29,60	31,20	33,60	31,70	33,00	16,20%	4,10%
Італія	16,60	16,50	17,00	18,00	16,20	17,00	2,41%	4,94%
російська федерація	14,30	14,80	17,40	16,40	15,80	16,20	13,29%	2,53%
Чехія	12,80	13,60	14,60	16,10	14,90	14,70	14,84%	-1,34%

Відповідно до табл. 4, визначено п'ять країн із найвищими цінами. Собівартість кожної пачки обсмаженої кави вагою 1 кг містить: енергоносії – 6 %, логістика – 8 %, адміністративні витрати – 16 %, амортизація – 1 %, заробітна плата – 6 %, упаковка та вторинна сировина – 10 %, решта доданої вартості припадає на орендовану полицю в супермаркеті без

урахування податків. Найвищі роздрібні ціни на обсмажену каву у Великій Британії, однак з 2016 до 2021 рр. ціна зменшилась на 7,14 % (або \$3,00), упродовж 2020–2021 рр. ціна залишилась незмінною. Друге місце посідає Мальта, де з 2016 до 2021 рр. ціни зросли на 16,20 % (або \$4,60), з 2020 до 2021 рр. приріст становив 4,10 % (або \$1,30). Також найвищі

роздрібні ціни на зерна обсмаженої кави в Італії, російській федерації та Чехії, значення яких з 2016 до 2021 рр. коливалися від \$12 до \$18 за 1 кг.

Також нами визначено ТОП-5 країн із найнижчими середніми роздрібними цінами на зерна обсмаженої кави протягом 2016–2021 рр. (див. табл. 5) [15].

Як видно з табл. 5, найнижча ціна у Швеції, яка з 2016 до 2021 рр. зменшилась на 3,90 % (або \$0,30), а з 2020 до 2021 рр. зросла на 2,56 % (або \$0,40). Ціна у Франції є трохи вищою, ніж у Швеції, зокрема з 2016 до 2021 рр. приріст становив 11,11 % (або \$0,80), а з 2020 до 2021 рр. – +2,56 % (або \$0,20). На території Польщі розташована значна кількість як національних фабрик із виробництва та обсмаження кави, так і транснаціональних компаній, де за період 2016–2021 рр. ціни на зерна обсмаженої кави зросли на 21,43 % (або \$1,50) та на 2,56 % (або \$0,20) відповідно. В Іспанії та Фінляндії роздрібні ціни на обсмажену каву з 2016 до 2021 рр. варіювались від \$8,00 до \$10,00. Отже, з 2020 до 2021 рр. спостерігається динаміка загального підвищення цін на каву у світі (див. табл. 4, 5) [15].

Розглянемо обсяги продажів категорії "готова кавова продукція" у світі в натуральному та

грошовому еквіваленті протягом 2016–2021 рр. Скористаємося даними міжнародної компанії *Strauss Coffee*, що сформувала узагальнену інформацію з джерела *Euromonitoring* (див. табл. 6). У табл. 7 запропоновано більш детальні показники щодо обсягів продажів та частки світового ринку в підкатегоріях "зернова готова кавова продукція" та "розчинна готова кавова продукція" [6, 7, 15, 16].

Відповідно до табл. 6, з 2016 до 2021 рр. обсяги продажів готової кавової продукції в грошовому еквіваленті збільшились на 17,32 % (або 14,10 млн \$) та на 12,37 % (або 0,70 млн т), з 2020 до 2021 рр. обсяги в грошовому еквіваленті зменшились на 0,31 % (або 0,30 млн \$) та в натуральному на 1,59 % (0,10 млн т). Отже, отримані результати вказують на стабільне зростання частки кавового ринку за всіма категоріями товарного кавового асортименту від розчинної до зернової кавової готової продукції у період з 2016 до 2020 рр. Однак упродовж 2020–2021 рр. обсяги продажів кави в обох еквівалентах зменшились. Це пояснюється світовою фінансово-економічною кризою, спричиненою пандемією Covid-19 [6, 7, 15, 16].

Таблиця 5. Найнижчі середні роздрібні ціни за 1 кг обсмажених кавових зерен серед країн світу за період 2016–2021 рр., \$/кг

Країна / рік	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Приріст 2016/2021, %	Приріст 2020/2021, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Фінляндія	8,10	9,10	9,40	8,90	9,20	9,30	14,81%	1,09%
Іспанія	8,30	8,50	9,10	8,10	8,70	9,20	10,84%	5,75%
Польща	7,00	7,70	8,30	7,90	8,30	8,50	21,43%	2,41%
Франція	7,20	7,50	8,20	7,70	7,80	8,00	11,11%	2,56%
Швеція	7,70	7,90	7,20	6,80	7,00	7,40	-3,90%	5,71%

Таблиця 6. Обсяги продажів готової кавової продукції у світі протягом 2016–2021 рр.

Показник / рік	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Приріст 2016/2021, %	Приріст 2020/2021, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Обсяги продажів у грошовому еквіваленті, млрд \$	81,40	86,00	86,50	88,50	95,80	95,50	17,32%	-0,31%
Обсяги продажів у натуральному еквіваленті, млн т	5,50	5,70	5,80	6,10	6,30	6,20	12,73%	-1,59%

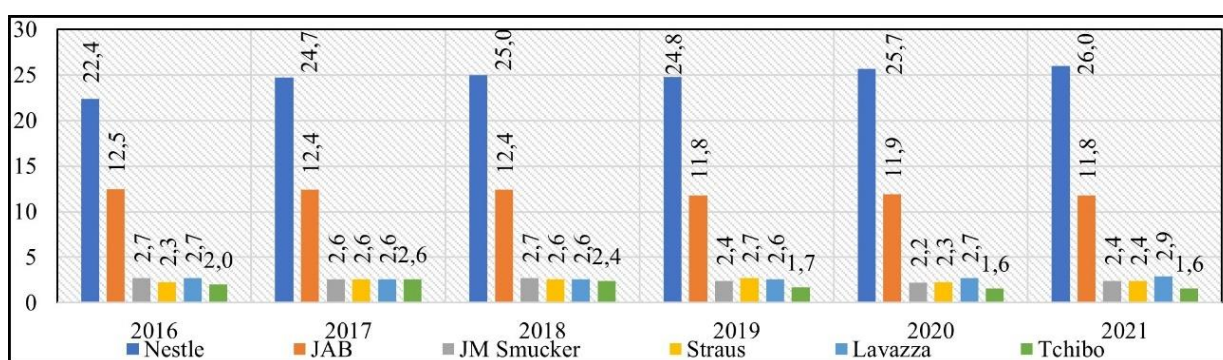
Таблиця 7. Обсяги продажів та доля світового ринку зернової готової та розчинної готової кавової продукції протягом 2016–2021 рр.

Показник / рік	Зернова готова кавова продукція				Розчинна готова кавова продукція			
	Частка світового ринку в грошовому еквіваленті, %	Частка світового ринку в натуральному еквіваленті, %	Обсяги продажів у грошовому еквіваленті, млрд \$	Обсяги продажів у грошовому еквіваленті, млрд \$	Частка світового ринку в грошовому еквіваленті, %	Частка світового ринку в натуральному еквіваленті, %	Обсяги продажів у грошовому еквіваленті, млрд \$	Обсяги продажів у натуральному еквіваленті, млн т
1	2	3	4	5	6	7	8	9
2016	63,40	72,70	51,60	4,00	36,60	27,40	29,70	1,50
2017	64,00	71,50	54,40	4,10	35,90	29,10	31,00	1,70
2018	64,80	71,90	55,30	4,20	35,20	28,60	31,00	1,70
2019	63,10	72,70	55,80	4,30	36,90	29,10	33,00	1,70
2020	66,20	72,80	63,40	4,50	33,80	27,20	32,40	1,70
2021	66,40	72,80	63,40	4,50	33,80	27,20	32,10	1,70
Приріст 2016/21, %	4,73%	0,14%	22,87%	12,50%	-7,65%	-0,73%	8,08%	13,33%
Приріст 2020/21, %	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	-0,93%	0,00%

Відповідно до інформації, поданої в табл. 7, частка готової зернової кавової продукції в грошовому еквіваленті за період з 2016 до 2021 рр. збільшилася на 4,73 %, що дорівнює збільшенню обсягів продажів на 11,8 млрд \$ або на 0,50 млн т. З 2020 до 2021 рр. обсяги продажів не змінилися, частка в грошовому еквіваленті збільшилась на 0,30 %. Окрім того, з 2016 до 2021 рр. відбулося зростання обсягів продажів розчинної готової кавової продукції на 8,08 % (або на 2,4 млрд \$) у грошовому еквіваленті або на 0,2 млн т (або на 13,33 %)

у натуральному еквіваленті. Упродовж 2016–2021 рр. частка зменшилася на 7,65 %. Відповідно до показників 2020–2021 рр., частка не зазнала змін, обсяги продажів розчинної кави в натуральному еквіваленті також залишились незмінними, зниження показника в грошовому еквіваленті за аналогічний період може бути спричинено коливанням цін на ринку.

На світовому ринку кави існує значна кількість гравців. На рис. 2 наведені частки найбільших виробників зернової та розчинної кавової продукції з 2016 до 2021 рр. [6, 7, 15, 16].

**Рис. 2.** Частки ринку роздрібної торгівлі найбільших світових виробників зернової та розчинної кавової продукції впродовж 2016–2021 рр., %

Відповідно до інформації, поданої на рис. 2, до найбільших компаній, що відіграють ключову роль на світовому ринку кавової продукції та співпрацюють із найбільшими країнами-експортерами та країнами-імпортерами кави, належать: *Nestle*, *JAB*, *JM Smucker*,

Strauss Group, *Lavazza*, *Tchibo*. Перше місце на ринку посідає виробник *Nestle*, його ринкова частка компанії з 2016 до 2021 рр. зросла на 3,6 %. Станом на 2021 р. цей виробник охоплює 1/4 світового ринку кави (26,0 %), що надає йому безумовне лідерство

та можливість впливати не лише на конкурентів, а й на ринок загалом. З 2016 до 2021 рр. друге місце посідає виробник *JAB*. Саме ця компанія зливається з такими організаціями, як *Heinze (Kraft Food)* та *Mondeles* для протистояння світовому гіганту *Nestle*, водночас створює значну кількість різноманітного асортименту продукції для збільшення своєї присутності на світовому ринку. Однак у досліджуваній період спостерігається зменшення її частки ринку на 0,7 %, що свідчить про послаблення конкурентних позицій компанії. Частки ринку виробників *JM Smucker*, *Strauss Group*, *Lavazza*, *Tchibo* є значно меншими, на відміну від лідерів ринку, і протягом 2016–2021 рр. їхні значення коливались приблизно в однакових діапазонах від 2,0 % до 2,9 %. Динаміка зменшення частки ринку спостерігається в *JM Smucker* та *Strauss Group*, а в *Lavazza* відбувається приріст. Серед досліджуваних

компаній найменша частка ринку у виробника *Tchibo*. З 2016 до 2021 рр. вона зменшується на 0,4 %, також послаблюються конкурентні позиції цієї компанії на світовому ринку кавової продукції. Безперечно, міжнародний виробник *Nestle* є серйозним гравцем на ринку кавової продукції. Для утримання своїх ринкових позицій інші гравці вдаються до злиття бізнесів, оскільки *Nestle* є не тільки виробником, але й реалізатором продукції компаній *Starbucks*, *Seattle's Best Coffee* та *Teavana TM/MC*, а в перспективі присутність *Nestle* тільки збільшуватиметься на світовому ринку, відповідно, зростатиме показник частки ринку та розширюватиметься товарний портфель.

На рис. 3 запропоновані частки найбільших виробників зернової обсмаженої кавової продукції (зокрема свіжі кавові зерна, мелені кавові зерна та капсули) у світі з 2016 до 2021 рр. [6, 7, 15, 16].

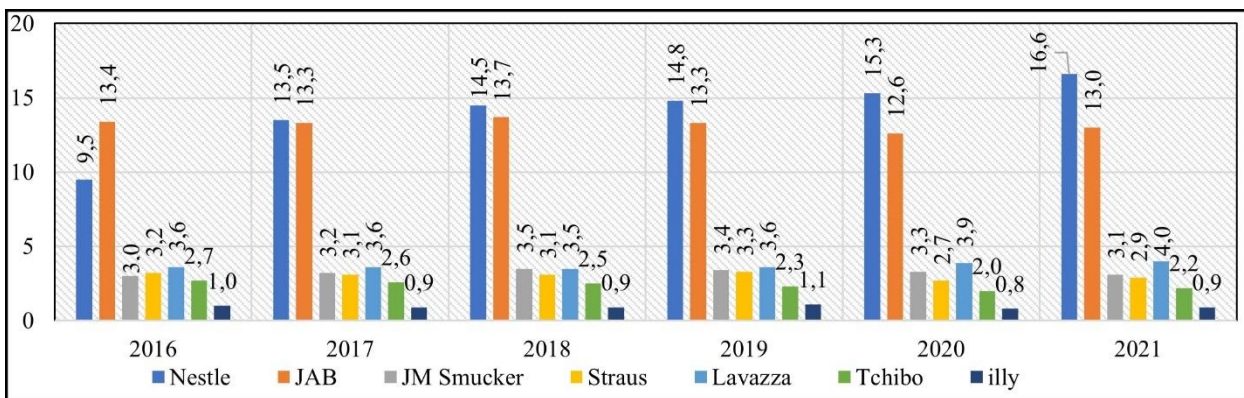


Рис. 3. Частки ринку роздрівної торгівлі найбільших світових виробників зернової кавової продукції протягом 2016–2021 рр., %

Необхідно зауважити, що на світовому ринку кави частка компаній, які працюють у сегменті зернового обсмаженого кавового продукту, є меншою, ніж компаній сегменту розчинної кавової продукції (див. рис. 4). Показники, наведені на рис. 3, свідчать про те, що найбільший транснаціональний виробник кавової продукції *Nestle* (рис. 2) у сегменті обсмаженого зернового кавового продукту з 2017 р. витіснив із позиції лідерства компанію *JAB*, частка ринку якої за період 2016–2021 рр. зменшилась з 13,4 % до 13,0 %. Водночас частка *Nestle* з 2016 до 2021 рр. зросла з 9,5 до 16,6 %, що обумовлено переглядом товарного асортименту, зосередженням на сегменті зернової кави та придбанням прав на реалізацію зернової кави *Starbucks* та *Blue Bottle*. Зросла частка ринку компанії *Lavazza* (з 3,6 %

до 4,0 %). Усі інші компанії за досліджуваний період мали коливання частки ринку то в бік збільшення, то в бік зменшення. Наприклад, з 2019 до 2021 рр. *Strauss Group* втратили 0,4 % частки ринку, протягом 2018–2021 рр. *JM Smucker* також втратила 0,4 %, з 2019 до 2021 рр. *illy* втратила 0,2 %. У компанії *Tchibo* з 2016 до 2021 рр. частка ринку зменшилась із 2,7 % до 2,2 %. Зменшення часток ринку компаній пов'язано не лише із стрімким розвитком частки ринку компанії *Nestle*, а також із появою значної кількості нових виробників обсмаженої зернової кави.

На рис. 4 подані частки найбільших виробників розчинної кавової продукції у світі з 2016 до 2021 рр. [6, 7, 15, 16].

Відповідно до показників, наведених на рис. 4, компанія *Nestle* має позицію лідера на світовому

ринку в цьому сегменті. 2020 р. частка ринку компанії досягла найбільшого значення – 39,4 %, 2021 р. вона зменшилась на 0,3 %, проте з 2016 до 2021 рр. виробник охоплює понад 1/3 ринку, не послаблюючи своїх конкурентних позицій. З 2016 до 2021 рр. компанія JAB втратила 2,1 % частки ринку, спостерігається динаміка зменшення, що насамперед може бути пов'язано із появою на світовому ринку розчинної кавової продукції значної кількості середніх та малих виробників. Аналогічною є ситуація із компанією Dongsuh Foods Co. Ltd, частка ринку якої з 2016 до 2021 рр. зменшилась із 3,5 % до 3,0 %. Усі інші компанії за період 2016–2021 рр. зазнали коливання часток на ринку. З 2018 до 2021 рр. компанія Strauss Group втратила 0,2 % частки світового ринку розчинної кави, що є негативною тенденцією. Компанія Ajinomoto Co. Inc. з 2016 до 2021 рр. збільшила частку ринку з 1,4 % до 1,9 %. Упродовж 2017–2020 рр.

частка ринку компанії Prima Abadi PT Java залишалась незмінною – 1,5%, 2021 р. частка зменшилась на 0,1 %. 2018 р. частка ринку компанії Tchibo була найбільшою – 1,5%, з 2018 до 2021 рр. спостерігається динаміка зменшення показника на 0,3 %. Компанія Mayora Inda Tbk PT, попри позитивну динаміку протягом 2016–2020 рр., 2021 р. також зменшила частку ринку та зазнала послаблення своїх конкурентних позицій. 2020 р. на світовому ринку розчинної кави з'явилась нова компанія Kapal Api Group з часткою ринку 1,3 %, 2021 р. показник залишився незмінним. Не можна не зважати на те, що поява 2020 р. нового потужного гравця на ринку спричинила послаблення конкурентних позицій досліджуваних компанії 2021 р., частка ринку яких коливається з 1 % до 2 % [6, 7, 15, 16].

У табл. 8 наведена інформація щодо географічної структури світових продажів готової кавової продукції.

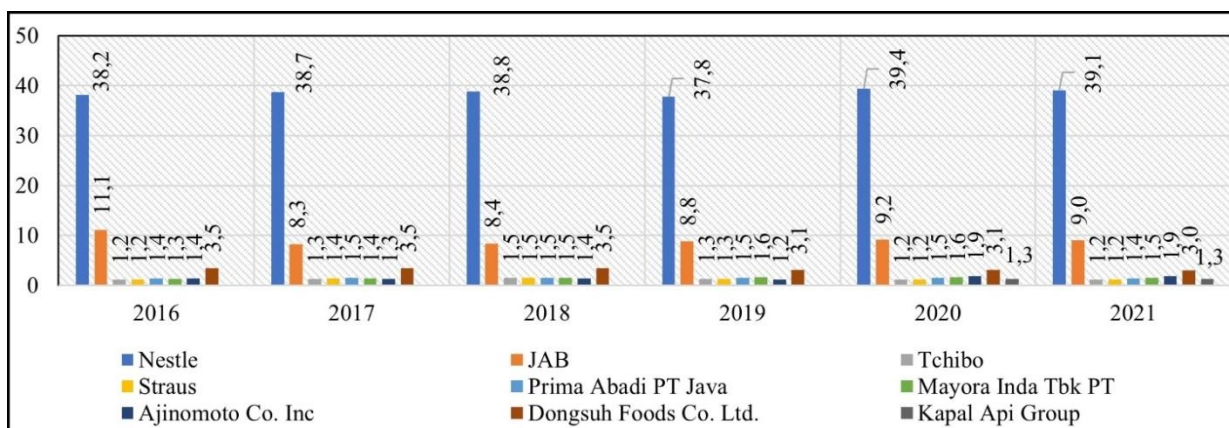


Рис. 4. Частки ринку роздрібної торгівлі найбільших світових виробників розчинної кавової продукції впродовж 2016–2021 рр., %

Таблиця 8. Географічна структура продажів готової кавової продукції у світі за період 2016–2021 рр.

Географічна частина / рік	Західна Європа	Східна Європа	Північна Америка	Латинська Америка	Блиький Схід та Африка	Азія, Австралія, Океанія
1	2	3	4	5	6	7
2016	23,00%	9,00%	15,00%	19,00%	9,00%	25,00%
2017	22,00%	8,00%	15,00%	19,00%	10,00%	26,00%
2018	22,00%	8,00%	14,00%	19,00%	10,00%	26,00%
2019	22,00%	9,00%	14,00%	19,00%	10,00%	26,00%
2020	22,00%	8,00%	14,00%	19,00%	11,00%	26,00%
2021	23,00%	9,00%	14,00%	20,00%	9,00%	25,00%

Відповідно до табл. 8, станом на 2021 р. частка продажів готової кавової продукції збільшилась

у Західній та Східній Європі, Латинській Америці, натомість зменшилась на Близькому Сході, Африці,

Азії, Австралії та Океанії. Найбільша частка продажів готової кавової продукції у світі належить Азії, Австралії та Океанії, однак тенденція з 2020 до 2021 р. вказує на те, що Західна Європа стрімко збільшує обсяги продажів та має перспективу посісти позиції лідера.

Розглянемо компанії з виробництва кави з найбільшими обсягами продажів, розміром капіталу та кількістю персоналу у світі.

Швейцарська транснаціональна корпорація *Nestle* – найбільший у світі виробник продуктів харчування. Ця велика компанія очолює кавовий бренд *Nescafe*. 1938 р. каву *Nescafé* вперше виготовлено в промислових умовах. Продукція поширена в усіх континентальних частинах світу [17, 18]. Станом на 2021 р. компанії належать 461 фабрика та промислові підприємства у 83 країнах світу. Також *Nestle* посилили свою присутність у категорії преміальних кавових продуктів, придбавши право продавати кавову продукцію брендів *Starbucks* та *Blue Bottle*. У табл. 9 наведені результати щодо обсягів продажів і власного капіталу компанії *Nestle* [17, 18].

Відповідно до табл. 9, з 2016 до 2021 рр. обсяги продажів збільшились на 3252,00 млрд \$ (або 15,65 %), проте впродовж 2020–2021 рр. відбулось зменшення на 1042,00 млрд \$ (або 4,16 %). З 2016 до 2021 рр. відбулось зменшення власного капіталу компанії на 15842,00 млрд \$ (або 25,38 %). Станом на 2021 р. кількість персоналу компанії налічує 250 тис. осіб.

Jacobs Douwe Egberts – провідна світова компанія зі штаб-квартирою в Нідерландах, що спеціалізується на виробництві кави. В її складі об'єднані компанії *Mondeles International* та колишня компанія *D. E. Master Blenders 1753 B. V.*, що після злиття отримала назву *Douwe Egberts*. Протягом 2014–2015 рр. відбулося об'єднання підрозділів *Mondelez*, що виготовляють каву, з аналогічними структурами *D. E. Master Blenders 1753 B. V.*

У Нідерландах була заснована компанія *Jacobs Douwe Egberts*, якій було передано бренди кави *Carte Noire* та *Tassimo*. Крім головного кавового бренду *Jacobs*, ця велика компанія виготовляє продукти під назвами суббрендів *Moccona*, *Senseo*, *L'OR*, *Douwe Egberts*, *Kenco*, *Pilão* та *Gevalia* [19, 20, 21]. Кавова продукція *JDE* присутня у понад 140 країнах світу. Основний ринок збуту – країни Північної та Східної Європи, країни колишнього СРСР, виробничі майданчики розташовані в низці країн збуту. У табл. 10 наведені показники щодо обсягів продажів та власного капіталу компанії *Jacobs Douwe Egbert* упродовж 2016–2021 рр. (з 2015 до 2017 рр. – злиття *JDE Holding* з *Mondeles*, з 2019 до 2021 рр. – об'єднання компаній у єдину материнську компанію *JDE Peets*) [19, 20, 21].

Відповідно до табл. 10, за період 2016–2021 рр. обсяги продажів компанії зросли на 1,99 млрд \$ (або 34,92 %), з 2020 до 2021 рр. приріст становив 0,38 млрд \$ (або 5,26 %). Протягом 2016–2021 рр. власний капітал зменшився на 3,59 млрд \$ (або 22,65 %), однак з 2020 до 2021 рр. приріст становив 0,92 млрд \$, спостерігається тенденція збільшення. Персонал компанії налічує по 19 тис. осіб у кожній країні світу.

Компанія *Luigi Lavazza S.p.A.* – італійський виробник кави. Крім власних продажів, компанія працює зі світовими роздрібними мережами, такими як *Starbucks*, *Caribou Coffee*. *Lavazza* має чотири виробничі підприємства в Італії та сім філій у Європі та Америці (Франція, Німеччина, Іспанія, Велика Британія, Португалія, Австрія, США). Продукти *Lavazza* продаються у 80 країнах світу. 2016 р. було викуплено французький бренд *Carte Noir* у компанії *JDE* [19, 20, 21]. Табл. 11 містить інформацію щодо обсягів продажів та власного капіталу компанії *Luigi Lavazza S.p.A.* [22, 23, 24].

Таблиця 9. Фінансові показники транснаціональної компанії з виробництва кавової продукції *Nestle* протягом 2016–2021 рр., млрд \$

Показник / рік	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Приріст 2016/2021, %	Приріст 2020/2021, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Обсяг продажів	20784,00	21375,00	22040,00	23349,00	25078,00	24036,00	15,65%	-4,16%
Власний капітал	62338,00	64590,00	60956,00	57363,00	52035,00	46514,00	-25,38%	-10,61%

Таблиця 10. Фінансові показники компанії з виробництва кавової продукції *Jacobs Douwe Egbert* протягом 2016–2021 рр., млрд \$

Показник / рік	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Приріст 2016/2021, %	Приріст 2020/2021, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Обсяг продажів	5,71	7,18	7,33	7,64	7,32	7,70	34,92%	5,26%
Власний капітал	15,87	16,15	15,26	10,36	11,36	12,28	-22,65%	8,03%

Таблиця 11. Фінансові показники компанії з виробництва кавової продукції *Luigi Lavazza S.p.A.* протягом 2016–2021 рр., млрд \$

Показник / рік	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Приріст 2016/2021, %	Приріст 2020/2021, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Обсяг продажів	2,08	1,88	2,06	2,24	2,09	2,16	3,69%	3,65%
Власний капітал	2,36	2,37	2,49	2,63	2,35	2,47	4,40%	4,94%

Відповідно до табл. 11, з 2016 до 2021 рр. обсяг продажів збільшився на 0,8 млрд \$ (або 3,69 %), протягом 2020–2021 р. приріст становив 0,7 млрд \$ (або 3,65 %). Приріст власного капіталу з 2016 до 2021 рр. – 0,11 млрд \$, спостерігається позитивна тенденція. Станом на 2021 р. кількість персоналу компанії становить 3836 осіб у країнах присутності.

Міжнародна компанія *Strauss Group* спеціалізується на виробництві продуктів харчування та напоїв. Компанія має 29 виробничих майданчиків у 22 країнах світу, що працюють над якістю продукції, яка відповідає уявленням про здоров'я та правильне харчування. *Strauss Coffee* веде діяльність у Центральній та Східній Європі, Бразилії та Ізраїлі. Кавові бренди: *Strauss coffee, Ambassador, Fort, Totti Caffè, Elite Health Line, "Чорна карта"* [13].

У табл. 12 наведені відомості щодо обсягів продажів та власного капіталу компанії *Strauss Group* підрозділу *Strauss Coffee* [16, 25, 26].

Відповідно до табл. 12, за період 2016–2021 рр. обсяги продажів компанії зменшились на 0,17 млрд \$

(–4,74 %), проте з 2020 до 2021 рр. відбувся приріст на 0,22 млрд \$ (або 6,71 %), що свідчить про позитивну тенденцію. Власний капітал упродовж 2016–2021 рр. збільшився на 0,14 млрд \$ (або 5,19 %), з 2020 до 2021 рр. приріст становив 0,25 млрд \$. Станом на 2021 р. кількість персоналу компанії становила 14 тис. осіб.

Італійська компанія з обсмажування кави *Illycaffè S.p.A.* виготовляє еспресо та розвиває кавову культуру з погляду культури чи науки кавової філософії. На сьогодні *Illycaffè S.p.A.* є великою міжнародною компанією, що продає свою продукцію приблизно в 140 країнах світу. Група *illy* містить кілька компаній, розташованих у Північній Америці, Франції, Німеччині, Іспанії та країнах Бенілюксу. Крім того, *Illycaffè* та *JAB* спільно заявили про ліцензійну угоду щодо випуску та продажу 2019 р. алюмінієвих капсул марки *illy* для випуску якісної капсульної кави *L'OR* у капсулі *illy*. У табл. 13 наведена інформація щодо обсягів продажів і власного капіталу компанії *Illycaffè S.p.A.* [27, 28].

Таблиця 12. Фінансові показники компанії з виробництва кавової продукції *Strauss Group* підрозділу *Strauss Coffee* протягом 2016–2021 рр., млрд \$

Показник / рік	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Приріст 2016/2021, %	Приріст 2020/2021, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Обсяг продажів	3,67	4,10	3,95	3,73	3,28	3,50	-4,74%	6,71%
Власний капітал	2,54	1,96	2,10	2,28	2,43	2,68	5,19%	9,99%

Таблиця 13. Фінансові показники компанії з виробництва кавової продукції *Illycaffè S.p.A.* протягом 2016–2021 рр., млн \$

Показник / рік	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Приріст 2016/2021, %	Приріст 2020/2021, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Обсяг продажів	515,45	526,27	539,56	624,48	538,43	575,40	11,63%	6,87%
Власний капітал	19,20	15,17	17,90	18,35	17,46	17,78	-7,38%	1,86%

Відповідно до табл. 13, протягом 2016–2021 рр. обсяги продажів компанії зросли на 59,95 млн \$ (або 11,63 %), з 2020 до 2021 рр. приріст становив 36,97 млн \$ (або 6,87 %). Однак власний капітал з 2016 до 2021 рр. зменшився на 1,42 млн \$, але впродовж 2020–2021 рр. збільшився на 0,32 млн. дол. (або 1,86 %). Станом на 2021 р. кількість персоналу компанії становила 1294 особи.

Незважаючи на те, що *Nestle* є найбільшим виробником розчинної кави у світі, компанія підхопила тенденцію зростання обсягів споживання зернової та меленої кави, унаслідок чого було укладено контракт на продаж зернової кави компанії *Starbucks* для утримання значної частки ринку. Однак, попри всі зусилля *Nestle* утримати ринок, новостворена 2015 р. компанія *JDE* (у минулому *Mondeles, D.E Master Blenders 1753 B.V.*) і десятки підрозділів об'єдналися з метою витіснення позицій *Nestle*. Також не варто виключати і кроки щодо об'єднання з конкурентом *illy* у сфері преміум кави в сегменті *Ho.Re.Ca.* 2019 р. *JDE* було укладено договір на постачання капсульної кави із використанням технології *illy*. Поява нових продуктів та виробників на світовому ринку сприяла динамічному зростанню продажів розчинної та зернової / меленої кави із незначною собівартістю продукції та високою роздрібною ціною.

На підставі розглянутих фактів можемо оцінити конкурентоспроможність основних гравців світового ринку кави за моделлю Портера, використавши

інформацію їхніх фінансових та оглядових звітів за такими параметрами: сума продажів, капітал, присутність у певних країнах, відсоток споживання кавового продукту споживачами в країнах присутності, натуральне значення споживання готової продукції, асортимент продукції, що споживається, собівартість продукції, вартість кави, частка ринку та персонал.

У табл. 14 запропонована система оцінювання параметрів конкурентоспроможності компаній із виробництва кави.

Наведені в табл. 14 показники дозволять сформулювати оцінку й визначити, до якого діапазону рівня конкурентоспроможності (від низького до лідера світового ринку) належить компанія.

У табл. 15 міститься інформація з параметрами для складання підсумкової таблиці щодо оцінки конкурентоспроможності компаній із виробництва та реалізації кавової продукції.

Відповідно до розрахунків множин $N \in M$, $L \in K$, $G \in Q$, $D \in C$, $W \in P$, сформовано табл. 16 з результатами для побудови діаграми з оцінками конкурентоспроможності компаній.

На основі табл. 16 з балами множин $N \in M$, $L \in K$, $G \in Q$, $D \in C$, $W \in P$ побудовано підсумкову діаграму оцінки конкурентоспроможності компаній із виробництва готової кавової продукції за визначеними параметрами (див. рис. 5).

Таблиця 14. Система оцінювання параметрів конкурентоспроможності компаній із виробництва готової кавової продукції на світовому ринку

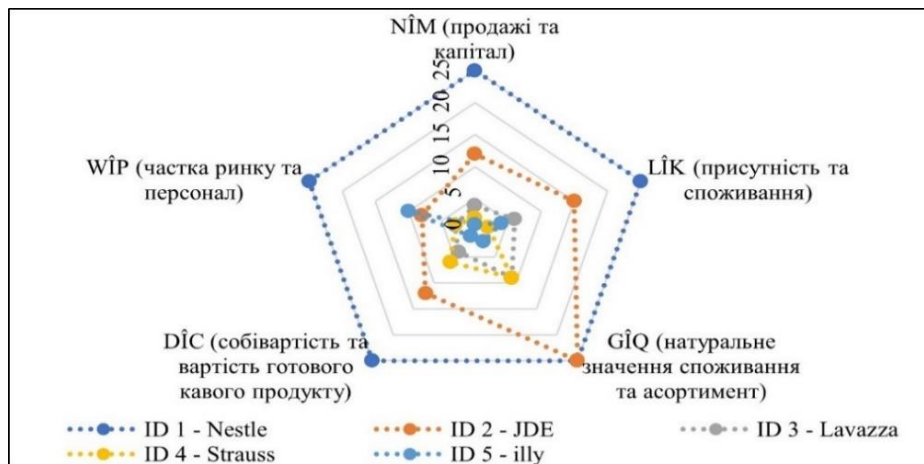
Характеристика оцінки / діапазон балів	Низька конкурентоспроможність	Середня конкурентоспроможність	Достатня конкурентоспроможність	Висока конкурентоспроможність	Лідер світового ринку
1	2	3	4	5	6
Діапазон балів, N	(0–10)	(15–30)	(35 – 40)	(45 – 70)	(75 – 100)

Таблиця 15. Оцінка конкурентоспроможності компаній із виробництва кави

Розрахунок параметра N = продажі, M = капітал					
Параметри	M1 (10–200 млн)	M2 (2–5 млрд)	M3 (10–20 млрд)	M4 (30–40 млрд)	M5 (>50 млрд)
1	2	3	4	5	6
N1 (200–500 млн)	1	2	3	4	5
N2 (1–2 млрд)	2	4	6	8	10
N3 (2,5–3,5 млрд)	3	6	9	12	15
N4 (4–5 млрд)	4	8	12	16	20
N6 (6–9 млрд)	5	10	15	20	25
Результат N∈M	ID 1 = Nestle 25	ID 2 = JDE 12	ID 3 = Lavazza 4	ID 4 = Strauss 2	ID 5 = illy 1
Розрахунок параметра L = показник присутності компаній в країнах світу, K= відсоток споживання на мільйон n-осіб у середньому в кожній країні					
Параметри	K1 (500–900 тис.)	K2 (1–2 млн)	K3 (3–3,5 млн)	K4 (4–4,5 млн)	K5 (>5 млн)
L1 (20–30 країн)	1	2	3	4	5
L2 (40–60 країн)	2	4	6	8	10
L3 (80–100 країн)	3	6	9	12	15
L4 (120–140 країн)	4	8	12	16	20
L5 >160 країн	5	10	15	20	25
Результат L∈K	ID 1 = Nestle 25	ID 2 = JDE 15	ID 3 = Lavazza 6	ID 4 = Strauss 2	ID 5 = illy 4
Розрахунок параметра G = натуральне значення споживання, Q = асортимент продукції					
Параметри	Q1 (3–6)	Q2 (8–12)	Q3 (15–25)	Q4 (30–35)	Q5 (> 40)
G1 (1–2 тис. т)	1	2	3	4	5
G2 (3,5–10 тис. т)	2	4	6	8	10
G3 (13–55 тис. т)	3	6	9	12	15
G4 (60–110 тис. т)	4	8	12	16	20
G5 > 120 тис. т	5	10	15	20	25
Результат G∈Q	ID 1 = Nestle 25	ID 2 = JDE 25	ID 3 = Lavazza 9	ID 4 = Strauss 9	ID 5 = illy 2
Розрахунок параметра W = собівартість продукції, P = вартість готового кавового продукту					
Параметри	P1 (9–10 \$)	P2 (11–12 \$)	P3 (13–16 \$)	P4 (17–28 \$)	P5 (> 35)
W1 (6–9 \$)	1	2	3	4	5
W2 (10–11 \$)	2	4	6	8	10
W3 (12–14 \$)	3	6	9	12	15
W4 (16–16,5 \$)	4	8	12	16	20
W5 >17 \$	5	10	15	20	25
Результат W∈P	ID 1 = Nestle 8	ID 2 = JDE 8	ID 3 = Lavazza 3	ID 4 = Strauss 3	ID 5 = illy 10
Розрахунок параметра D = частка ринку, C = кількість персоналу					
Параметри	C1 (800–2500)	C2 (3000–9000)	C3 (12000–25000)	C4 (30000–50000)	C5 (> 60000)
D1 (1,5–2 %)	1	2	3	4	5
D2 (2,5–5 %)	2	4	6	8	10
D3 (6–9 %)	3	6	9	12	15
D4 (11–18 %)	4	8	12	16	20
D5 >24 %	5	10	15	20	25
Результат D∈C	ID 1 = Nestle 25	ID 2 = JDE 12	ID 3 = Lavazza 4	ID 4 = Strauss 6	ID 5 = illy 1

Таблиця 16. Підсумкова таблиця оцінки конкурентоспроможності компаній із виробництва готової кавової продукції

Множина компаній / множина результатів за обраними параметрами	ID 1 = Nestle	ID 2 = JDE	ID 3 = Lavazza	ID 4 = Strauss	ID 5 = illy
1	2	3	4	5	6
$N \in M$	25	12	4	2	1
$L \in K$	25	15	6	2	4
$G \in Q$	25	25	9	9	2
$D \in C$	25	12	4	6	1
$W \in P$	25	8	3	3	10

**Рис. 5.** Підсумкова діаграма оцінки конкурентоспроможності компаній із виробництва готової кавової продукції за визначеними параметрами

Результати дослідження та їхнє обговорення

На основі отриманої підсумкової діаграми оцінки конкурентоспроможності компаній із виробництва готової кавової продукції за визначеними параметрами, яка подана на рис. 5, можна зробити такий висновок: за результатами оцінювання *Nestle* є беззаперечним лідером на світовому ринку з виробництва готової кавової продукції, оскільки отримала максимальну оцінку за визначеними параметрами в 125 балів (це стосується всіх підсумкових параметрів). *JDE* отримала 45 балів, що свідчить про високу конкурентоспроможність, оскільки компанія існує на ринку п'ять років та має досить високі оцінні параметри. Компанії *Lavazza* та *Strauss Group*, що отримали 16 і 18 балів відповідно, потрапили в діапазон середньої конкурентоспроможності. Насамперед це викликано тим, що вони не мають широкого асортименту продукції, значної частки ринку та кількості персоналу, на відміну від великих транснаціональних компаній, таких як *Nestle* та *JDE*. Останні займають два великі сегменти

світового ринку зернової, меленої та розчинної кави. Компанія *illy* потрапила в діапазон низької конкурентоспроможності, однак це не заважає їй продавати свій готовий кавовий продукт у ціновому діапазоні 35 \$/кг. Продукція *illy* зосереджена здебільшого в сегменті *Ho.Re.Ca*, але саме ця компанія виробляє алюмінієву капсульну продукцію для *JDE*, оскільки саме зернова кава бренду *illy* є взірцем *specialty coffee*, а компанія є одним із небагатьох засновників кавової філософії у світі.

Висновки та перспективи подальшого розвитку

Світовий кавовий ринок невпинно вдосконалюється завдяки підтримці великих кавових брендів, створених фондів, що намагаються адаптувати природні ресурси до тривалого використання, підвищити мотиваційну допомогу фермерів кавових плантацій. Однак світова криза, пандемія, природні катаклізми та коливання попиту на готовий кавовий продукт створюють дисбаланс у світовий кавовий ринок. 2021 р. ціна на кавові зерна арабіки зросла до максимальних значень – 230,26 \$/кг, що пов'язано

як із зниженням урожайності протягом 2020–2021 рр., так і з тим, що кавові дерева увійшли в трирічний цикл, а також із світовою фінансово-економічною кризою, спричиненою пандемією Covid-19. 2021 р. обсяги внутрішнього виробництва (врожаю) кави залишилися майже без змін, що й обумовлює зростання середніх цін на каву в цей проміжок часу. За прогнозом Міжнародної організації кави (ICO) очікується, що виробництво тільки арабіки протягом 2021/22 знизиться на 7,1 % порівняно із сезоном 2020/21 (із 101,16 млн мішків вагою 60 кг до 93,97 млн мішків вагою 60 кг). Загальні обсяги імпорту кави у світі з 2015/16 до 2020/21 рр. зросли на 9,01 % (+10941 тис. мішків вагою 60 кг), однак протягом 2019/20–2020/21 рр. відбулось зменшення на 1,95 % (–2625 тис. мішків вагою 60 кг). Було визначено, що найвищі середні роздрібні ціни на обсмажену каву у Великій Британії, Мальті, Італії, російській федерації та Чехії. Найнижчі – у Швеції, Франції, Польщі, Іспанії та Фінляндії. Світові обсяги продажів готової кавової продукції в грошовому еквіваленті збільшилися на 17,32 % (або 14,10 млн \$) та на 12,37 % (або 0,70 млн т), з 2020 до 2021 р. обсяги в грошовому еквіваленті зменшилися на 0,31% (або 0,30 млн \$) та в натуральному на 1,59 % (0,10 млн т). Це свідчить про стабільне зростання частки кавового ринку за всіма категоріями товарного кавового асортименту від розчинної до зернової готової кавової готової продукції протягом 2016–2020 рр. Однак з 2020 до 2021 рр. відбулось зменшення обсягів продажів кави в обох еквівалентах, що спричинено світовою фінансово-економічною кризою, яка виникла внаслідок

пандемії COVID-19. Частка готової зернової кавової продукції в грошовому еквіваленті впродовж 2016–2021 рр. збільшилася на 4,73 %, що відповідно дорівнює збільшенню обсягів продажів на 11,8 млрд \$ або на 0,50 млн т. З 2020 до 2021 рр. обсяги продажів не зазнали змін, частка в грошовому еквіваленті збільшилася на 0,30 %. Протягом 2016–2021 рр. відбулось зростання обсягів продажів розчинної готової кавової продукції на 8,08 % (або на 2,4 млрд \$) у грошовому еквіваленті або на 0,2 млн т (або на 13,33 %) у натуральному еквіваленті. З 2016 до 2021 рр. відбулось зменшення частки на 7,65 %. За період 2020–2021 рр. частка не зазнала змін, обсяги продажів розчинної кави в натуральному еквіваленті також залишилися незмінними, зниження показника в грошовому еквіваленті за аналогічний період може бути спричинене коливанням цін на ринку. Найбільшими світовими кавовими виробниками є такі компанії: *Nestle* з ринковою часткою компанії 1/4 світового ринку кави – 26,0 %; *JAB* – 11,8 %; *JM Smucker* – 2,4 %; *Straus Group* – 2,4 %; *Lavazza* – 2,9 %; *Tchibo* – 1,6 %. Побудована підсумкова діаграма оцінки конкурентоспроможності компаній з виробництва готової кавової продукції за визначеними параметрами, дала змогу визначити таку трійку лідерів на світовому ринку кави: *Nestle*, *JDE*, *Lavazza*, що встановлюють правила гри на ньому та створюють високі вимоги новим гравцям для входження на ринок. Перспективним напрямом подальших досліджень є визначення позиціонування кожного кавового бренду з погляду клієнта та параметричного оцінювання стійкості кавових брендів у мінливих умовах сучасного ринкового середовища.

Список літератури:

1. Ходикіна В. В., Родіна О. Г. Світовий ринок кави: сучасний стан та проблемні питання. *Менеджер*. 2018. № 2 (79). С. 148–156. URL: http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/5332/1/Nzhm_2018_2_22%5B1%5D.pdf (дата звернення: 23.10.2022).
2. Мандрик І., Гурний Д. Сучасні особливості розвитку світового та українського ринку кави. *СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ. Матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції*. 2021. № 5. С. 119–121. URL: <https://konfgeolutsk.wordpress.com/2021/04/07/сучасні-особливості-розвитку-світов/> (дата звернення: 23.07.2022).
3. Ram A. S. Geographical Indications on Coffee. *First Dali Binchuan Zhukula International Coffee Forum*. Specialty Coffee Society of Yunnan. 2017. P. 257–280. URL: https://www.researchgate.net/publication/323014375_Geographical_Indications_on_Coffee (дата звернення: 23.10.2022).
4. Battino S., Donato C. Una analisi esplorativa, spaziale e di performance economica, delle imprese di lavorazione del caffè nell'Europa comunitaria An exploratory, spatial and economic performance analysis of the coffee companies in EU. *Bollettino della ASSOCIAZIONE ITALIANA di CARTOGRAFIA*. 2017. No. (159), P.80–92. DOI: <https://doi.org/10.13137/2282-572X/21314>
5. Krishnan S. Sustainable Coffee Production. *Oxford Research Encyclopedia of Environmental Science*. 2017. P. 1–35. DOI: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780199389414.013.224>
6. Daily Coffee Prices. INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION. URL: https://www.ico.org/coffee_prices.asp (дата звернення: 23.10.2022).

7. Euromonitor International. Coffee market share. URL: <https://www.euromonitor.com/search?term=market+share+coffee> (дата звернення: 23.10.2022).
8. Total production in thousand 60-kg bags. INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION. URL: <https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1a-total-production.pdf> (дата звернення: 23.10.2022).
9. 2a - Exports - calendar year/ Exports of all forms of coffee by all exporting countries in thousand 60kg bags. INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION. URL: <https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/2a-exports.pdf> (дата звернення: 23.10.2022).
10. Trade Statistics - April 2021. INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION. URL: <https://www.ico.org/> (дата звернення: 23.10.2022).
11. Coffee production by exporting countries 2020/21 year in thousand 60-kg bags. INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION. URL: <https://www.ico.org/prices/po-production.pdf> (дата звернення: 23.10.2022).
12. EXPORTS OF ALL FORMS OF COFFEE BY EXPORTING COUNTRIES TO ALL DESTINATIONS JANUARY 2022. INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION. URL: <https://www.ico.org/prices/m1-exports.pdf> (дата звернення: 23.10.2022).
13. Imports by selected importing countries in thousand 60-kg bags INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION. URL: <https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/2b-imports.pdf> (дата звернення: 23.10.2022).
14. IMPORTS BY SELECTED IMPORTING COUNTRIES FROM ALL SOURCES NOVEMBER 2021. INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION. URL: <https://www.ico.org/prices/m4-imports.pdf> (дата звернення: 23.10.2022).
15. Retail prices of roasted coffee in selected importing countries in US\$/lb. 3b – Retail prices INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION. URL: <https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/3b-retail-prices.pdf> (дата звернення: 23.10.2022).
16. Strauss Group LTD. Annual Report as at December 31. 2021. URL: <https://mayafiles.tase.co.il/rpdf/1437001-1438000/P1437839-00.pdf> (дата звернення: 23.10.2022).
17. Nestle. URL: <https://www.nestle.com/> (дата звернення: 23.10.2022).
18. Nestle. Annual Report 2021. URL: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2022-03/2021-annual-review-en.pdf> (дата звернення: 23.10.2022).
19. Peet's. URL: <https://www.jdepeets.com/> (дата звернення: 23.10.2022).
20. Wikipedia. JDE Peet's. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/JDE_Peet%27s (дата звернення: 23.10.2022).
21. JDE Peet's reports full-year results 2021. URL: <https://www.jdepeets.com/siteassets/documents/jde-peets-full-year-results-2021-report.pdf> (дата звернення: 23.10.2022).
22. Wikipedia. Luigi Lavazza S.p.A. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Lavazza> (дата звернення: 23.10.2022).
23. Luigi Lavazza S.p.A. URL: <https://www.lavazza.com/en.html> (дата звернення: 23.10.2022).
24. Sustainability Report. Luigi Lavazza S.p.A. 2020. URL: https://www.lavazzagroup.com/content/dam/lavazza/lavazza-corporate/come-lavoriamo/BilancioSostenibile2020_ENG_def.pdf (дата звернення: 23.10.2022).
25. Wikipedia. Strauss Group. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Strauss_Group (дата звернення: 23.10.2022).
26. Strauss Group. URL: <https://www.strauss-group.com.ua/en/> (дата звернення: 23.10.2022).
27. Illycaffè S.p.A. URL: <https://www.illy.com/en-ww/home> (дата звернення: 23.10.2022).
28. Sustainable value report Illycaffè S.p.A. 2020. URL: <http://valuereport.illy.com/pdf/2020/Sustainable-value-report-illy-2020-ENG.pdf> (in English)

References

1. Khodykina, V. V., Rodina, O. H. (2018), The world coffee market: current state and problematic issues ["Svitovyi rynok kavy: suchasnyi stan ta problemni pytannia"], *Menedzher*. No. 2 (79), P. 148–156, available at: http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/5332/1/Nzhm_2018_2_22%5B1%5D.pdf (last accessed 23 November 2022).
2. Mandryk, I., Hurnyi, D. (2021), Modern features of the development of the world and Ukrainian coffee market ["Suchasni osoblyvosti rozvytku svitovoho ta ukrainskoho rynku kavy"], *SUSPILNO-HEOHRAFICHNI CHYNNYKY ROZVYTKU REHIONIV, Materialy V Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi Internet-konferentsii*, No. 5, P. 119–121, available at: <https://konfgeolutsk.wordpress.com/2021/04/07/suchasni-osoblyvosti-rozvytku-svitov/> (last accessed 23 November 2022).
3. Ram, A. S. (2017), Geographical Indications on Coffee, *First Dali Binchuan Zhukula International Coffee Forum. Specialty Coffee Society of Yunnan*, P. 257–280, available at: https://www.researchgate.net/publication/323014375_Geographical_Indications_on_Coffee (last accessed 23 November 2022).
4. Battino, S., Donato, C. (2017), Una analisi esplorativa, spaziale e di perfomance economica, delle imprese di lavorazione del caffè nell'Europa comunitaria, An exploratory, spatial and economic performance analysis of the coffee companies in EU, *Bollettino della ASSOCIAZIONE ITALIANA di CARTOGRAFIA*, No. (159), P. 80–92. DOI: <https://doi.org/10.13137/2282-572X/21314>
5. Krishnan, S. (2017), Sustainable Coffee Production, *Oxford Research Encyclopedia of Environmental Science*, P. 1–35. DOI: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780199389414.013.224>

6. Daily Coffee Prices, INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION, available at: https://www.ico.org/coffee_prices.asp (last accessed 23 November 2022).
7. Euromonitor International, Coffee market share, available at: <https://www.euromonitor.com/search?term=market+share+coffee> (last accessed 23 November 2022).
8. Total production in thousand 60-kg bags, INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION, available at: <https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/1a-total-production.pdf> (last accessed 23 November 2022).
9. 2a – Exports – calendar year/ Exports of all forms of coffee by all exporting countries in thousand 60kg bags, INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION, available at: <https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/2a-exports.pdf> (last accessed 23 November 2022).
10. Trade Statistics April 2021, INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION, available at: <https://www.ico.org/> (last accessed 23 November 2022).
11. Coffee production by exporting countries 2020/21 year in thousand 60-kg bags, INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION, available at: <https://www.ico.org/prices/po-production.pdf> (last accessed 23 November 2022).
12. EXPORTS OF ALL FORMS OF COFFEE BY EXPORTING COUNTRIES TO ALL DESTINATIONS JANUARY 2022, INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION, available at: <https://www.ico.org/prices/m1-exports.pdf> (last accessed 23 November 2022).
13. Imports by selected importing countries in thousand 60-kg bags, INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION, available at: <https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/2b-imports.pdf> (last accessed 23 November 2022).
14. IMPORTS BY SELECTED IMPORTING COUNTRIES FROM ALL SOURCES NOVEMBER (2021), INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION, available at: <https://www.ico.org/prices/m4-imports.pdf> (last accessed 23 November 2022).
15. Retail prices of roasted coffee in selected importing countries in US\$/lb. 3b – Retail prices INTERNATIONAL COFFEE ORGANISATION, available at: <https://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/3b-retail-prices.pdf> (last accessed 23 November 2022).
16. Strauss Group LTD, Annual Report as at December 31 (2021), available at: <https://mayafiles.tase.co.il/rpdf/1437001-1438000/P1437839-00.pdf> (last accessed 23 November 2022).
17. Nestle, available at: <https://www.nestle.com/> (accessed 23 November 2022).
18. Nestl, Annual Report 2021, available at: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2022-03/2021-annual-review-en.pdf> (last accessed 23 November 2022).
19. Peet's, available at: <https://www.jdepeets.com/> (last accessed 23 November 2022).
20. Wikipedia, JDE Peet's, available at: https://en.wikipedia.org/wiki/JDE_Peet%27s (last accessed 23 November 2022).
21. JDE Peet's reports full-year results (2021), available at: <https://www.jdepeets.com/siteassets/documents/jde-peets-full-year-results-2021-report.pdf> (last accessed 23 November 2022).
22. Wikipedia, Luigi Lavazza S.p.A, available at: <https://en.wikipedia.org/wiki/Lavazza> (last accessed 23 November 2022).
23. Luigi Lavazza S.p.A, available at: <https://www.lavazza.com/en.html> (last accessed 23 November 2022).
24. Sustainability Report, Luigi Lavazza S.p.A. (2020), available at: https://www.lavazzagroup.com/content/dam/lavazza/lavazza-corporate/come-lavoriamo/BilancioSostenibile2020_ENG_def.pdf (last accessed 23 November 2022).
25. Wikipedia, Strauss Group, available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Strauss_Group (last accessed 23 November 2022).
26. Strauss Group, available at: <https://www.strauss-group.com.ua/en/> (last accessed 23 November 2022).
27. Illycaffè S.p.A, available at: <https://www.illy.com/en-ww/home> (last accessed 23 November 2022).
28. Sustainable value report Illycaffè S.p.A. (2020), available at: <http://valuereport.illy.com/pdf/2020/Sustainable-value-report-illy-2020-ENG.pdf> (last accessed 23 November 2022).

Received 21.11.2022

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Воробйов Костянтин Сергійович – аспірант, Запорізький національний університет, аспірант кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, Запоріжжя, Україна; e-mail: vorobiovks@gmail.com; ORCID ID: 0000-0001-5669-4062

Воробьев Константин Сергеевич – аспирант, Запорожский национальный университет, аспирант кафедры предпринимательства, менеджмента организаций и логистики, Запорожье, Украина.

Vorobiov Kostyantyn – the graduate student, Zaporizhia national university, the graduate student of department of entrepreneurship, management of the organizations and logistics Zaporizhia, Ukraine.

Гуржій Наталія Миколаївна – доктор економічних наук, професор, Запорізький національний університет, професор кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, Запоріжжя, Україна; e-mail: madlen2020@ukr.net; ORCID ID: 0000-0002-4955-9548

Гуржий Наталия Николаевна – доктор экономических наук, профессор, Запорожский национальный университет, профессор кафедры предпринимательства, менеджмента организаций и логистики, Запорожье, Украина.

Hurzhi Natalia – the Doctor of Economics, Professor, Zaporizhia national university, the Doctor of Economics, Professor of department of entrepreneurship, management of the organizations and logistics, Zaporizhia, Ukraine.

COMPETITIVE ANALYSIS OF THE WORLD COFFEE MARKET

The research is directed to systematization of information on trends in the development of the world coffee market in order to identify problems for the period from 2016 to 2021. That is why the authors not only systematize information, but also conduct competitive analysis based on statistical databases. **The subject** of the research is a competitive analysis of the world coffee market. **The goal** of the article is research and analysis of the current state of the world coffee market, identification of key players on it who are the main founders of its development processes, building a profile of their competitiveness. The following **tasks** are solved in the article: analysis of the current state of the world coffee market and determination of the trend of its development; identification of key players in the global coffee market and analysis of their financial indicators; assessment of the competitiveness of the largest coffee production companies in the world according to certain parameters. **The methods** used are: analysis and synthesis, comparison and grouping, comprehensive assessment. **The results** have been obtained: determining the current state and trends in the world coffee market, prices for green coffee beans, world volumes of domestic coffee production (harvest) and exports, main countries-importers and exporters of coffee beans, retail prices of roasted coffee beans among the countries of the world, volumes of sales of ready-made coffee beans, soluble products in the world, shares of the retail market trade of the world's largest producers of grain and instant coffee products, the ratio of sales of finished coffee products in the world by geographical indication. An assessment of the competitiveness of the researched companies for the production of ready-made coffee products was carried out according to parameters, which made it possible to identify three leaders in the world market. **Conclusions.** The results of the competitive analysis of the global coffee market can be used in the work of consulting companies, business analysts and coffee business owners. The practical benefit of this research lies in the determination of key indicators of market functioning and the formation of a structural approach to conducting a competitive analysis of not only the world, but also the national coffee market, based on information from statistical databases.

Keywords: world coffee market; competitive analysis; world coffee producers; coffee brands; coffee products.

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ МИРОВОГО РЫНКА КОФЕ

Проведенное исследование направлено на систематизацию информации о тенденциях развития мирового рынка кофе для определения проблем за период 2016–2021 гг. Именно поэтому авторы не только систематизируют информацию, но и проводят конкурентный анализ на основе статистических баз данных. **Предметом** исследования является конкурентный анализ мирового рынка кофе. **Цель** статьи – исследование текущего состояния мирового рынка кофе, определение ключевых игроков на нем, которые являются основателями процессов его развития, оценка их конкурентоспособности. В статье решаются следующие **задания:** анализ текущего состояния мирового рынка кофе и определение тенденций его развития; определение ключевых игроков мирового рынка кофе и анализ их финансовых показателей; оценка конкурентоспособности крупнейших компаний по производству кофе в мире по определенным параметрам. **Применяемые методы:** анализ, синтез, сравнение, группировка, комплексная оценка. **Полученные результаты:** изучены текущее состояние мирового рынка кофе, цены на зеленое кофейное зерно, мировые объемы внутреннего производства кофе (урожай) и экспорта; определены основные страны-импортеры и экспортеры кофейного зерна, розничные цены на обжаренное кофейное зерно среди стран мира, объемы продаж готовой кофейной зерновой, растворимой продукции в мире, доли рынка розничной торговли крупнейших мировых производителей зерновой и растворимой кофейной продукции, соотношение продаж готовой кофейной продукции в мире по географическому признаку. Проанализированы финансовые показатели крупнейших компаний по производству кофейной продукции в мире, а именно: *Nestle, Jacobs Douwe Egbert, Luigi Lavazza S.p.A, Strauss Group, Illycaffè S.p.A.*, за период 2016–2021 гг. Проведена оценка конкурентоспособности исследуемых компаний по определенным параметрам, что позволило определить трех лидеров на мировом рынке. **Выводы.** Результаты проведенного конкурентного анализа мирового рынка кофе могут использоваться в работе консалтинговых компаний, бизнес-аналитиков и владельцев кофейного бизнеса. Практическая польза данного исследования состоит в определении ключевых показателей функционирования рынка и в формировании структурного подхода к проведению конкурентного анализа не только мирового, но и национального рынка кофе, опираясь на информацию из статистических баз данных.

Ключевые слова: мировой рынок кофе; конкурентный анализ; мировые производители кофе; кофейные бренды; кофейная продукция.

Бібліографічні описи / Bibliographic descriptions

Воробійов К. С., Гуржій Н. М. Конкурентний аналіз світового ринку кави. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості*. 2022. № 4 (22). С. 32–48. DOI: <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2022.22.032>

Vorobiov, K., Hurzhii, N. (2022), "Competitive analysis of the world coffee market", *Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries*, No. 4 (22), P. 32–48. DOI: <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2022.22.32>