

С.Ю. Дмитришин, студент (*ЛНУВМБ, м. Львів*)

Є.М. Пелешко, студент (*ЛНУВМБ, м. Львів*)

М.П. Матвєєва, канд. екон. наук (*ЛНУВМБ, м. Львів*)

СВІТ КАВИ ТА КАВОВИЙ ТУРИЗМ У ЛЬВОВІ

Кава відома з давніх часів і займає важливе місце в кулінарних традиціях багатьох культур світу. Каву називають «еліксиром життя», наділяючи здатністю зцілення, та «чортовим зіллям», звинувачуючи у всіх смертних гріхах. Існує близько вісімдесяти видів кавових дерев. З них тільки два ботанічних види набули широкої популярності, а саме, *Coffea Arabica* (Арабіка), яка становить 75% всього світового обсягу, і *Coffea Canephora* (Робуста).

Вирощують каву у понад 50 країнах. Найбільшими світовими виробниками кави є Бразилія, частка якої у світовому виробництві кави у 2018 році склала 36%, В'єтнам – 18%, Колумбія – 9%, Індонезія – 8%, Гондурас та Ефіопія – по 5%. [5]. Кава є другим світі за обсягом торгівлі товаром після нафти. Щоденно у світі випивають близько 2,25 мільярдів горнят кави, що робить цей напій найпопулярнішим.

Щорічно обсяги споживання кави в Україні зростають. Спостерігається один з найвищих темпів зростання споживання натуральної зернової кави серед країн Європи. Причому значне зростання спостерігається в сегменті кави поза домом.

В Україну зерна Арабіки та Робустини постачають з Ефіопії, Уганди, Кенії, Камеруну, В'єтнаму, Індії, Індонезії, Мексики, Коста-Ріки, Колумбії, Бразилії, Гватемали, Гондурасу, Нікарагуа. На українському ринку кави представлені як вітчизняні, так і закордонні виробники. Найбільшу частку ринку розчинної кави займає Nescafe (45 %), натуральної кави - Jacobs (25 %). Серед українських виробників кави і кавових напоїв найбільшу частку ринку має Українсько-Англійське спільне підприємство у формі товариства з обмеженою відповідальністю «Галка Лтд» - 25 % за розчинною кавою, 17 % - за натуральною, а за кавовими виробами є лідером - 67 %. Надзвичайно сильні позиції підприємство має на ринку Західної України, де продається близько 40 % продукції фабрики. Загалом збут майже 90 % продукції «Галка Лтд» здійснюється через різноманітні торгово-посередницькі організації, решта - через власні кіоски, магазини, кафе, продаж з фабрики, експорт тощо.

Каву готують і споживають скрізь. Традиційно – вдома чи кав'ярні, однак все більше каву пропонують у маленьких магазинчиках, у великих супермаркетах, на заправках, на автобусних зупинках, в

освітніх та медичних закладах тощо, де її можна придбати в кавоматах. За даними аналітиків [2], американо - залишається найпопулярнішим напоєм гостей традиційних кав'ярень. Далі йдуть лате, капучіно та еспreso. В кінці п'ятірки найбільш улюблених кавових напоїв - модні флет вайт і раф, проте їх обирають майже у 18 разів рідше, ніж американо.

Для кав'ярень, крім продажу кави, важливим є збереження прибутковості. Для цього необхідно урізноманітнювати кавове меню, щоб задовольнити різні смаки відвідувачів. Наприклад, за рахунок колд брю і альтернативного молока, які є важливими опціями для багатьох клієнтів, нових кавових коктейлів, з алкоголем чи без, сезонних напоїв. Можна позиціонувати себе як екологічно стійкий бренд, додатково продаючи домашні, органічні десерти, приготовлені з місцевих інгредієнтів. Актуальним доповненням кавового меню стануть традиційні страви з регіонів виробництва кави чи появи нового кавового напою, аналогічно відомим «кава по-східному» чи «віденська кави». Також це може бути формат музично-мистецької кав'ярні, клубу за інтересами тощо. Основним є те, щоб власники кав'ярень розуміли дві речі: чого хоче споживач і як змінюються тенденції. Перша дозволить їм бути прибутковими вже сьогодні, друга - бути прибутковими в майбутньому [4].

У 2018 році надзвичайно популярним став формат «кава з собою». Він є зручним, якщо ви хочете поєднати прогулянку та насолоду споживання кави, дешевшим, а в рамках формату «прийди зі своїм горнятком» допомагає дбати про довкілля, не засмічуючи його одноразовою тарою. Тобто кави це не тільки напій, це – ціла філософія ставлення до світу. Кавові «точки» ростуть швидкими темпами. Прикладом успішного завоювання ринку, є мережа кав'ярень Арома Кава, що працює в більш ніж 20-ти містах України, в тому числі Києві, Львові, Харкові, Одесі, Дніпрі та надає широкий вибір кавових напоїв, десертів і сендвічів за доступною ціною. У всіх кав'ярнях Арома Кави діють єдині стандарти: візуалізація, рецептура, технологія приготування, алгоритм обслуговування. Відвідувачі можуть використовувати мобільний додаток, щоб отримувати знижки та бонуси за покупки в мережі, дізнатись про найближчі кав'ярні та їх графік роботи, актуальне меню, новини та акції, оцінки і відгуки про кав'ярню. Велика увага приділяється навчанню персоналу, технології приготування продуктів [1].

Споживання кави та атмосфера стосунків довкола цього дійства сформуvalи явище «кавової культури». Слід підкреслити особливе ставлення до споживання кави у Львові. Звична товариська чи важлива

бізнесова зустріч тут супроводжуються кавовими назвами «йдемо на каву», «зустрінемося на каві», «з мене кава» і т.д. Історія кави польвівськи розпочалася ще за австрійської доби, а любов до кави зробила Львів кавовою столицею України. У 2013 році у Львові встановлено пам'ятник Ю. Кульчицькому, відкривачу кави для Європи. Щороку місто запрошує усіх любителів кави на свято «На каву до Львова», де пропонують скуштувати різні сорти цього напою, звареного за суто львівськими, традиційними рецептами, а також на кавові ярмарки та численні виставки на кавову тематику. Пропонується екскурсія «З кавою по Львову» по легендарних закладах, у яких творилася історія міста, про людей, які обожнювали каву, і смішні казуси, пов'язані з ними [3]. Велика кількість кав'ярень, кавових кіосків, кавоматів надають можливість туристу також самостійно зануритись в кавову історію. Доречним помічником були б при цьому інтерактивні кавові карти.

Висновки:

- споживання кави у світі має тенденцію до зростання;
- в Україні найвищі темпи зростання споживання натуральної зернової кави серед країн Європи;
- Україна має власне виробництво кавової продукції, яка конкурентна на зовнішньому ринку;
- для успішного ведення бізнесу власникам кав'ярень необхідно слідкувати за смаками споживачів та новими тенденціями;
- кавові фестивалі, екскурсії необхідно доповнити спеціалізованими кавовими турами чи кавово-шоколадними як для вітчизняних так і закордонних туристів.

Список джерел інформації

1. AROMA KAVA [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://aromakava.ua>
2. Мілленіали обирають свіже смаження. Що сталося з ринком кави за рік [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/04/5/646736>
3. Офіційний сайт туристичної компанії «Андреоллі-Тур» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lviv-tourist.info/lviv-kulchytskyj-i-kava>
4. Як розширити ваше меню і збільшити прибуток? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://festcoffeemission.com/2018/12/29/yak-rozshiriti-vashe-menyu-i-zbilshiti-pributok>
5. 13 цікавих фактів про каву [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-45706729>