

Маркетинг

УДК 339.138

JEL: M31

БАРТАШЕВИЧ Дарья Антоновна

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ленинградский проспект, 49, Москва, 125993, Россия.

<https://orcid.org/0000-0002-3024-1492>

Барташевич Дарья Антоновна, студентка факультета социологии и политологии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва. E-mail: dariabart@mail.ru

Научный руководитель: Ребрикова Надежда Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Управление персоналом и психология», Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва. E-mail: Rebrikovanv@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0001-7280-7178>

РАЗВИТИЕ РЫНКА СПЕШЕЛТИ-КОФФЕЕН В РОССИИ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Аннотация

Предмет/тема. Предметом исследования является рынок спешети-кофеен в России, а также изучение кофейных предпочтений посетителей кофеен в нашей стране. Авторы проанализировали российский кофейный рынок, сравнили уровень его развитости с европейским рынком спешелти-кофе, особое внимание уделено тенденциям и перспективам развития рынка сегодня.

Цели/задачи. К основной цели исследования относится проведение анализа рынка спешелти-кофеен, выявление основных тенденций и направлений развития, представление обзора кофейных напитков, популярных в стране.

К основным задачам исследования относится: анализ данных относительно кофейного рынка в России, а также разработка рекомендаций и направлений для дальнейшего исследования рынка.

Методология. В ходе работы был применен контент-анализ информации, проведение собственного исследования относительно европейского рынка кофе, также интервьюирование владельцев маленьких кофеен в регионах.

Результаты/выводы. Результаты исследования заключаются в выведении основных тенденций развития кофейного рынка, определение места российского рынка спешелти-кофе по сравнению с европейским рынком. Представлены рекомендации для кофеен, каким образом они могут оставаться уникальными и конкурентоспособными в условиях развивающегося сегмента, также обозначены методы, благодаря которым кофейни могут привлекать клиентов и оставаться конкурентоспособными.

Ключевые слова: рынок спешелти-кофе, культура спешелти, альтернатива, классические способы заваривания, перспективы развития рынка спешелти-кофеен

Marketing

Darya A. Bartashevich, student of the Faculty of Sociology and political science, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, E-mail: dariabart@mail.ru

Supervisor: Nadezhda V. Rebrikova, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Personnel Management and Psychology, Financial University under the Government of the Russian Federation", Moscow. E-mail: Rebrikovanv@mail.ru

DEVELOPMENT OF THE MARKET OF SPECIALTY COFFEE IN RUSSIA: SOCIO-CULTURAL AND ECONOMIC ASPECTS

Abstract

Subject / Topic The subject of the research is the market of specialty coffee shops in Russia, as well as the study of coffee preferences of visitors to coffee shops in our country. The author has analyzed the Russian coffee market, compared its level of development with the European market of specialty coffee, and paid special attention to the trends and prospects of the market development today.

Goals/Objectives The main goal of the research is to analyze the market of specialty coffee shops, identify the main trends and directions of development, and provide an overview of coffee drinks popular in the country.

The main tasks of the research include: analysis of data on the coffee market in Russia, as well as the development of recommendations and directions for further market research.

Methodology In the course of the work, the author used content analysis of information, conducting his own research on the European coffee market, as well as interviewing owners of small coffee shops in the regions.

Conclusions and Relevance As the results of the study the main trends in the development of the coffee market were identified, the place of the Russian market of specialty coffee was determined in comparison with the European market. The recommendations for coffee shops were presented, how to remain unique and competitive in a developing segment, as well as methods by which coffee shops can attract customers and remain competitive.

Keywords: *specialty-coffee market, specialty culture, alternative, classical methods of brewing, the prospects of development of specialty-coffee market*

Кофейный рынок находится на втором месте в мире после нефтяного рынка. Возможно, именно данный факт оказывает влияние на развитие кофейной культуры в разных странах, открытие новых кофеен и создания новых кофейных брендов. А, возможно, основным двигателем рынка является именно желание людей развивать очень популярную последнее время культуру спешелти-кофе (кофе, выращенный на маленьких фермах под тщательным присмотром фермеров). Актуальность исследования обусловлена тем, что по данным компании Knight Frank, потенциал кофейного рынка в российских городах-миллионниках в 7,6 раз превышает текущую насыщенность рынка, а в Москве в – 4 раза. В целом же по России ежегодный прирост по количеству кофеен всех типов – 3 %¹. Эта

¹ European Coffee Trip. [Электронный ресурс]. 2020. <https://europeancoffeetrip.com/city-guides/> (Дата обращения: 06.04.2020).

тенденция рынка, говорит о необходимости развития данного направления в бизнесе. Что подтверждается и другими факторами: достаточно высокий уровень рентабельности (где-то от 10 до 30 %); возможность открытия с небольшим стартовым капиталом (примерно от 300000 до 700000 рублей, в зависимости от формата); окупаемость быстрая (для не больших заведений от 6 до 12 месяцев); разнообразие концепций и предлагаемого меню; простота с производственной точки зрения по сравнению с заведениями общепита полного цикла. При всех этих положительных возможностях развития кофейни уровень конкуренции с другими заведениями (и это ее не только кофейни) достаточно велик.

Цель исследования провести анализ рынка спешелти-кофеен, выявить основные тенденции и направления развития, представить обзор кофейных напитков, популярных в стране. На основе полученных данных разработать рекомендации и направления для дальнейшего исследования рынка.

Культура спешелти на данный момент в основном развивается в Великобритании, Западной Европе и России. При этом в Италии и Южной Европе к кофейным напиткам и зернам особые требования: чем сильнее обжарка и горче кофе, тем лучше. Лидером в распространении культуры спешелти является Великобритания, Чехия и Германия (см. таблицу 1)².

Таблица 1 - Статистика количества кофеен в Европе

Страна	Количество кофеен	Количество обжарщиков	Страна	Количество кофеен	Количество обжарщиков
Великобритания	276	74	Италия	40	15
Чехия	182	32	Украина	38	7
Германия	179	58	Ирландия	37	19
Франция	118	25	Швейцария	36	14
Польша	116	23	Португалия	34	9
Румыния	99	16	Австрия	31	8
Испания	99	19	Швеция	28	16
Голландия	82	22	Греция	25	12
Словакия	60	14	Дания	23	9
Бельгия	57	9	Финляндия	20	12
Венгрия	49	12	Норвегия	20	13

Источник: составлено автором, информация с <https://europeancoffeetrip.com/city-guides/>

В целом, в Европе на данный момент насчитывается около 1752 спешелти-кофеен и 421 локальный обжарщик³.

В России же рынок спешелти-кофеен начал развиваться лишь лет пять назад, когда в Москве и Санкт-Петербурге начали открываться первые кофейни подобного типа, сегодня насчитывается около 49 спешелти-кофеен и 10 локальных обжарщиков. Самые популярные: Verle, Introvert Place,

² European Coffee Trip. [Электронный ресурс]. 2020. <https://europeancoffeetrip.com/city-guides/> (Дата обращения: 06.04.2020).

³ Уровень развития спешелти индустрии кофе в разных странах. [Электронный ресурс]. 2020. <https://zen.yandex.ru/media/tastycoffee/uroven-razvitiia-speshelti-industrii-kofe-v-raznyh-stranah-5e4b9194e1f3c67ff238de79> (Дата обращения: 06.04.2020).

ABC Coffee Roaster, Floo Coffee, Bloom-n-Brew и т.п. Спешелти-кофейня – это кофейня, работающая с зерном, напрямую экспортируемым фермерами к обжарщикам, а после в определенную кофейню. Часто кофейни сотрудничают с местными обжарщиками. Например, в Москве кофейня может закупать зерна у Кооператива Черного, либо же у каких-то локальных обжарщиков, которые будут обжаривать ограниченное количество зерна. Основные кофейные напитки и их описание представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Описание кофейных напитков

<i>Название кофейного напитка</i>	<i>Описание</i>
Эспрессо	Концентрированный черный кофе, который варится в кофемашине. Используется 7 грамм молотого кофе, время приготовления – 14 секунд.
Капучино	Напиток, приготовленный на основе эспрессо, с добавлением молока. В пропорции: 1:1 молока и молочной пены, 1 порция эспрессо.
Латте	Больше молочный напиток с добавлением кофе. Пропорция – 2:1:1, молоко: молочная пена: порция эспрессо.
Раф	Кофейный коктейль, состоит из сливок, молока и порции эспрессо, в равной пропорции.
Американо	Американо – эспрессо, разбавленный водой. В пропорции 150 мл воды и порция эспрессо. Бывает, к американо добавляют молоко.
Воронка (Харио, V60)	Популярный метод заваривания кофе, при котором горячая вода проходит через молотый кофе, находящийся в специальной воронке (которую также называют дриппер или пувер) с бумажным или постоянным фильтром.
Фильтр-кофе	Кофе, приготовленный методом однократного пролива горячей воды через находящийся на фильтре слой молотого кофе. Фильтр позволяет воде пройти через кофейный порошок и отсеять его частички, чтобы они не попали в готовый напиток.
Кемекс	Кемекс - приспособление для заваривания фильтр-кофе, состоящее из стеклянного сосуда, по форме напоминающего песочные часы, и бумажного фильтра, а также метод заваривания кофе с использованием этого приспособления.
Аэропресс	Аэропресс - это новое устройство для быстрого приготовления кофе из Калифорнии. Кофеварка была сконструирована директором фирмы Аэроби Аланом Адлером в 2005 году в США и быстро приобрела популярность среди бариста всего мира. Приготовление кофе в Аэропрессе очень просто и занимает около 30 секунд.

Источник: составлено автором

Так как данный сегмент рынка представлен в основном в мегаполисах (Москва, Петербург), а средняя цена чашки спешелти-кофе достаточно высокая (воронка: черный кофе, заваренный альтернативным методом – 150-250 рублей, фильтр-кофе – 150-200 рублей), а люди в регионах не понимают различия между кофе, приготовленным на зернах из Бразилии или Мексики, то у данного сегмента рынка возникает проблема с расширением, выходом на новую региональную аудиторию.

Рынок спешелти-кофеен в России

В 2019 году в России наблюдалось расширение рынка кафе-кондитерских, и число новых заведений превысило отметку в 900.

Самыми популярными остаются сети формата coffee to go, хотя с возрастанием популярности именно спешелти-сегмента и потребления в рамках zero waste, такой вариант кофеен отходит на второй план. Но, несмотря на тренды, такие проекты остаются привлекательными и интересными для инвесторов, так как требует минимального количества вложений. Быстрая окупаемость и достаточно простая бизнес-модель мотивирует предпринимателей на приобретение именно таких уже готовых решений.

Сегодня в России самыми популярными заведениями формата «coffee to go» можно назвать Coffee Like, Cofix и Coffee Way (соответственно, за период 2018- 2019 года открылись, 227, 85 и 51 новые кофейни). Несмотря на то, что данный сегмент рынка заполнен, подобные заведения все равно открываются и активно развиваются. Российская сеть One Price Coffee, которая уже насчитывает 79 точек, открыла первую кофейню 28 апреля 2018 года. Для предпринимателей, которые хотят открыть кофейню в регионе или в большом городе, но не представляют, каким образом они могут построить кофейный бренд, покупка франшизы становится главным толчком к действию. В основном, покупают франшизы как раз заведений с подобным форматом. В Москве также очень популярны Coffee Muse, Бодрый день и т.п.

Несмотря на то, что потребление кофе составляет 0,9 кг зерен в год на душу населения, у россиян появляется желание покупать и пробовать действительно качественный кофе. Потребление кофе растет каждый год примерно на 7-10 процентов, увеличиваются объемы импортных поставок. Мода на кофе постепенно становится стилем жизни, культура потребления напитка также развивается. Сокращается употребление растворимого кофе в пользу хорошего зернового кофе. Люди начинают интересоваться кофейной культурой, пробовать альтернативу (кемекс, аэропресс, пуровер, фильтр), изучать вкус различных зерен. Вокруг кофе начинает образовываться определенная кофейная тусовка, со своими мероприятиями, конференциями, кофейными встречами, семинарами и т.п.

Одни эксперты отмечают, что процесс распространения кофейной культуры происходит неравномерно. В больших городах развивается культура хорошего кофе, а в области люди все же предпочитают кофе из банки или автомата. Другие же не соглашаются с данными утверждениями, так как сегодня рынок спешелти-кофеен активно развивается и в регионах, люди постепенно начинают разделять ценности, которые транслирует данная культура. Многие прогрессивные люди смотрят как раз в сторону регионов, так как стоимость аренды и количество вложений, требуемых для открытия, значительно ниже, чем в Москве. К тому же, в таком случае появляется возможность стать первой спешелти-кофейней на данной территории. К примеру, в Нальчике, в Кабардино-Балкарии открылась

первая спешелти-кофейня Cultura coffee, которая развивается медленно, но верно, прививая ценность хорошего кофе своим потребителям.

Можно отметить, что кофейни начинают вводить позиции, связанные с едой, в то время как кафе-кондитерские наоборот вводят в свое меню новые напитки. Некоторые игроки кофейного рынка начинают развивать свой бизнес именно в регионах, другие же останавливаются на больших городах. «В этом регионе существует большая конкуренция в сфере кофе-шопов, что может вызвать затруднения. И все же здесь можно и извлечь наибольшую прибыль. Чтобы успешно закрепиться в Москве и ее области, мы уже разработали несколько новых концепций», – Владислав Петлюк, основатель компании Coffee in, дал комментарий «РБК «Исследование рынков»».

Конкуренция на кофейном рынке растет, поэтому предприниматели все чаще начинают задумываться о месте открытия. Последнее время становится популярным формат объединения кофейни и какого-либо магазина. Обычно, это либо цветочный магазин, либо салон связи. Такая коллаборация повышает трафик в 2-3 раза и увеличивает продажи в 1-1,5 раза. Современный мир очень мобильный, и кофейням уже недостаточно просто распространяться через точки продаж, сейчас – технологичная эра, когда потребитель хочет сделать заказ заранее, заказать готовый кофе домой, оплатить счет картой лояльности. Кофейни и кондитерские дают такую возможность своим клиентам. Например, тот же «Хлеб насущный» запустил данную опцию, и в точках, где у покупателей есть возможность оформить предзаказ, посещаемость выросла в 22%.

Рынок кофеен развивается с достаточно большой скоростью, появляются новые интересные места за пределами больших городов, люди все больше проникаются кофейной культурой, поэтому можно сделать вывод, что в будущем данный сегмент рынка будет только расти⁴.

Статистика потребления кофе в кофейнях в России

Рассмотрим, насколько популярно употребление кофе в кофейнях в России. Сейчас, как было упомянуто выше, очень популярны именно спешелти-кофейни, или, так называемые, кофейни третьей волны.

Самым популярным напитком традиционных кофеен все еще остается американо (по данным облачной системы учета Poster). После – латте, капучино, эспрессо, флэт уайт и раф (но последние два выбирают в 18 раз реже, чем американо). Но американо не входит в пятерку популярных напитков кофеен третьей волны (35% приходится на потребление американо в традиционных кофейнях и 37% в спешелти-кофейнях).

Для кофеен формата спешелти характерны напитки, приготовленные на зернах свежей обжарки из разных регионов, альтернативные способы заваривания и осознанный подход к закупке сырья у небольших

⁴ Обзор российского рынка кофеен и кафе-кондитерских. [Электронный ресурс]. 2019. <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=2684> (Дата обращения: 08.03.2020).

поставщиков-фермеров и местных обжарщиков. В таких кофейнях самыми продаваемыми является фильтр-кофе, воронка V-60, флэт уайт и эспрессо.

Чем отличаются спешелти-кофейни от кофеен обычного формата и почему в регионах они могут быть немного не понятными? Кофейни третьей волны отличаются благодаря наличию разнообразных способов заваривания кофе. Эспрессо и все напитки, приготовленные на его основе, в России относятся к традиционным, хотя эспрессо все же можно отнести к спешелти, если он будет приготовлен на конкретных зернах от фермера, а так называемая «альтернатива», становится все популярнее.

По данным того же исследования Poster в 2018 году самым популярным альтернативным методом заваривания кофе стала ворока (или по-другому, харио, пувер или V60), кстати, ее продажи по сравнению с 2017 годом выросли на 4 %, в то время как продажа кемекса и аэропресса (еще два способа альтернативного заваривания) упали на 2% и 3 % соответственно.

По статистике⁵ многие кофейни отказываются от американо в пользу фильтра, который готовится в электрической фильтр-кофеварке. 60% кофеен третьей волны в России продают фильтр-кофе, тогда как в обычной традиционной кофейне очень редко можно встретить фильтр-машину. За 2018 год продажи фильтр-кофе в кофейнях третьей волны в России выросли на 7,5%.

Важным фактором остается то, что россияне в большинстве своем предпочитают стандартный кофе с добавлением молока (55%), а кофейнях третьей волны этот показатель спускается до 43%.

Тренд года – локальные обжарщики. Сейчас никакая уважающая себя кофейня не будет закупать обжаренное за границей зерно, потому что почти в каждом большом городе России есть свой обжарщик, чье зерно достаточно высокого качества. В Москве это, например, Кооператив Черный, Bloom-and-Brew, Скуратов Кофе и т.д., в Петербурге – это Verle (кстати, это зерно используют ребята из московского Интроверта), Character of Coffee⁶ и т.п.

Главная проблема в отрасли сейчас – персонал. Люди, которые приходят работать в кофе, не всегда осознают, что бариста – не просто человек, который приходит на работу на несколько часов, а носитель определенной кофейной культуры, человек, который умеет общаться, которому нравится оказывать качественный сервис.

⁵ Исследование Poster: как изменился рынок кофе в России за 2018 год [Электронный ресурс]. 2019. <https://vc.ru/food/62595-issledovanie-poster-kak-izmenilsya-rynok-kofe-v-rossii-za-2018-god> (Дата обращения: 08.03.2020).

⁶ Исследование Poster: как изменился рынок кофе в России за 2018 год [Электронный ресурс]. 2019. <https://vc.ru/food/62595-issledovanie-poster-kak-izmenilsya-rynok-kofe-v-rossii-za-2018-god> (Дата обращения: 08.03.2020).

Кофейня – это бариста, к которому гости приходят в гости. Люди – главное в кофе (помимо самого кофе, конечно)⁷.

В целом, можно отметить, что основными проблемами для выхода кофейни в регион будет служить выбор подходящего формата кофейни и правильная целевая аудитория.

В завершении данного этапа исследования, можно выделить основные проблемы, вызывающие сложности для развития спешелти-кофеев⁸:

1. Цены. Кофе закупается за границей, соответственно наблюдается прямая зависимость от курса валюты.

2. Персонал. Гости приходят в гости к бариста, после качества кофейного зерна и напитка, человек за стойкой – создатель атмосферы самой кофейни. Часто, когда люди не заинтересованы в самом кофе и общении, то они не могут создать необходимую доброжелательную атмосферу.

3. Ценность кофе и кофейной культуры для потребителя. Главная проблема в регионах – неосведомленность людей о том, что кофе из разряда спешелти (альтернативные методы заваривания, например) может быть вкусным и интересным.

4. Целевая аудитория. Важность точного понимания портрета потребителя и нацеленность не на размытого «героя», а на конкретную группу.

5. Формат кофейни. В зависимости от целевой аудитории и ее ожиданий, необходимо точно определить формат кофейни, который будет пользоваться спросом. Например, полноценная кофейня с аутентичной атмосферой, либо заведение на подобие coffee to go.

Перспективы развития кофейного рынка в России

По данным исследований большая часть потребления натурального зернового кофе приходится на Москву и Санкт-Петербург (около 60%), остальные 40% - это потребление натурального кофе по всей стране. В основном, жители регионов предпочитают растворимый кофе. Хотя последнее время доля столиц уменьшается, а региональный рынок качественного кофе увеличивается.

Культура потребления кофе меняется под влиянием HoReCa (от англ. HoReCa – Hotel, Restaurant, Catering). В основном, в России выбирают напитки с добавлением молока (латте, капучино, раф-кофе), намного меньшей популярностью пользуется классический черный кофе: американо и эспрессо [2]. В крупных городах (Москва, Петербург, Сочи, Краснодар и

⁷ Русская сцена спешелти кофе в Москве. [Электронный ресурс]. 2018 <https://coffeestate.ru/a218490-russkaya-stsena-speshelti.html> (Дата обращения: 08.03.2020).

⁸ Как правильно открыть кофейню. [Электронный ресурс]. 2017 <https://www.m24.ru/library/rabota-i-biznes/28022017/338> (Дата обращения: 22.03.2020).

т.п.) прослеживаются другие тренды – моно-сорта, обжарка, фильтр-кофе, альтернативные способы заваривания⁹ и т.п.

Объем рынка натурального кофе в России составляет около 30 миллионов килограмм в год. Для развития рынка кофе необходимо больше рассказывать людям о ценностях данного продукта, и именно кофейни могут стать таким проводником, транслирующим ценности спешелти-культуры. Наш рынок кофе достаточно свободен и ему есть, куда расти. По статистике, потребление кофе в России на человека в год составляет всего 1,5 кг на человека в год, тогда как в Финляндии этот показатель достигает 11 кг в год¹⁰.

Рынок кофеен привлекателен для новичков: необходимо небольшие вложения, атмосфера самого бизнеса, кажущаяся легкость в управлении.... После бума 2010 года, когда открывалось достаточно большое количество мест по франшизе, рынок впал в состояние рецессии.

Международный портал Allegra World Coffee Portal опубликовал исследование за 2018 год, основанное на опросе около 400 участников рынка из 24 стран, в котором отметил, что рынок кофе и кофеен в будущем ждет достаточно быстрый рост. По данным того же агентства Россия занимает пятое место в мире после Великобритании, Германии, Франции и Турции в числе брендируемых кофеен.

Согласно исследованию, проведенному The NPD Group в 2019 году, россияне пьют кофе вне дома чаще, чем даже итальянцы и французы.

Allegra World Coffee Portal дает следующий прогноз на будущее кофейного рынка в России и Европе: в ближайшие пять лет данный сегмент рынка возрастет почти в полтора раза (по количеству работающих точек). «Кофейный рынок в России бурно растет, и, думаю, сохранит высокие темпы роста в ближайшие годы. Он еще далек от насыщения», — считает Александр Мехришвили, гендиректор компании «Урбан кофикс раша» (бренд кофеен Cofix). По данным международной консалтинговой компании Knight Frank в России потребление кофе в нашей стране значительно уступает Европе и США. Например, в России в среднем выпивают 21 литр кофе в год, в Финляндии же – 200 литров. У российского кофейного рынка есть потенциал и возможность к большему расширению и охвату территорий.

Главным драйвером роста могут стать регионы. Кофейная культура выходит из больших городов, а «coffee to go» становится главным локомотивом для рынка. Кофейням не нужны огромные залы и кухни, достаточно кассового аппарата, несколько вкусных десертов на вынос, эспрессо-машины и хорошего бариста. «Рынок будет консолидироваться вокруг игроков с проверенной репутацией», - утверждает владелец Coffee

⁹ Руководство по приготовлению кофе в аэропрессе. [Электронный ресурс]. 2019. <https://shop.tastycoffee.ru/blog/guide-aeropress> (Дата обращения: 06.04.2020).

¹⁰ Какие времена переживает кофейный бизнес в России. [Электронный ресурс]. 2019 <https://gazeta.spb.ru/2091070-kakie-vremena-perezhiwaet-kofejnyj-biznes-v-rossii/> (Дата обращения: 22.03.2020).

Like. «Новых игроков на рынке франшиз мы не ждем: все ниши уже заняты. Но спрос на действующие франшизы будет расти», - также отметила основательница «Даблби» Анна Цфасман.

Сегодня в тренде Specialty Coffee – кофе, выращенный на особых плантациях и обладающий определенными свойствами. И именно мода на данный тренд позволяет маленьким кофейням привлекать своих покупателей. В регионах людям постепенно прививаются идеи культуры спешелти, люди начинают разбираться в различных видах зерен и разных сортах. Основной упор идет на новые методы заваривания: альтернатива, фильтр, cold brew, кофе на растительном молоке и т.п. и спешелти-кофейни. С другой стороны, активно развиваются дискаунтеры, продающие свой продукт по фиксированной цене для привлечения большого количества клиентов. Но в данном случае речь идет именно о коммерческом кофе низкого качества, а не о производстве какого-то высококачественного хорошего продукта.

Кстати, важно отметить, что в регионах люди действительно отдают предпочтение кофе по фиксированной цене, не заботясь ни о вкусе, ни о качестве напитка. Основательница Дабл Би отмечает, что именно кофейни-дискаунтеры станут двигателем развития кофейного рынка в регионах¹¹.

В завершении данного этапа исследования, можно выделить основные проблемы, вызывающие сложности для развития спешелти-кофеен:

1. По оценкам экспертов российский рынок спешелти-кофе удвоится.
2. При условии того, что агенты культуры спешелти-кофе начнут рассказывать людям о ее ценностях, будут обучать специалистов в регионах, появляется достаточно много возможностей для привлечения большого количества потребителей.
3. Создание определенной уникальной атмосферы, грамотный персонал, который готов будет посоветовать что-то покупателям, подсказать им, направить, а также действительно качественный кофе позволит новым кофейням развиваться и транслировать особенную культуру кофе [3].

Заключение

В заключение следует отметить, что у рынка кофеин в России достаточно большой потенциал. Конечно, то, что давно развито на Западе в Россию приходит не сразу, но рынок спешелти-кофе достаточно быстро захватил умы людей, сейчас же постепенно он привлекает все новых и новых приверженцев кофейной культуры. В рамках дальнейших исследований рынка кофеин необходимо изучить процесс развития спешелти-кофеен в регионах (в том числе кофейни Cultura Coffee в Нальчике), а также провести мониторинг информации относительно открытия новых мест, разработать и провести опросы потребителей на тему «любимого кофейного напитка». Кофейная культура, философия

¹¹ Александр Копытов: российский рынок кофе имеет огромный потенциал. [Электронный ресурс]. 2020 <https://ria.ru/20191021/1560022857.html> (Дата обращения: 22.03.2020).

приготовления кофе – своеобразная и особая вещь, для понимания которой, действительно, необходимо любить кофе. Люди, которые занимаются данным сегментом рынка, люди, которые любят свое дело, для которых кофе становится не просто напитком, а превращается в образ жизни – те, кто развивает культуру спешелти в России, рассказывает о ней другим, делятся тем, что узнают, участвуют в чемпионатах, открывают кофейни.

Развитие рынка спешелти будет полностью зависеть от людей, поэтому основную ставку нужно делать как раз на них. Открывая кофейню, необходимо понимать, с какой целью это делается, ведь имея представление о том, что хотелось бы получить в итоге, проще найти и заинтересованных людей и определиться с форматом и целевой аудиторией, а уж затем, грамотно выстроить концепцию развития.

Список источников:

1. Джеймс Хоффманн: Всемирный атлас кофе. От зерна до чашки. Путеводитель по странам, сортам и способам приготовления, Москва: Пальмира, 2018.

2. Дмитрий Денисов. Профессиональный кофе. Библия бариста. Москва: Ресторанные ведомости, 2004.

3. Стратегии ведущих кофеен для успешного ведения бизнеса в данном сегменте рынка (на примере кофейни Старбакс) – Барташевич Д.А. Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научно-практической конференции. 2019. Издательский дом «Реальная экономика» (Санкт-Петербург). УДК. 336, С.299-305

References

Dzhejms Hoffmann: The world Atlas of coffee. From the bean to the Cup. Guide to countries, varieties and cooking methods [Vsemirnyj atlas kofe. Ot zerna do chashki. Putevoditel' po stranam, sortam i sposobam prigotovleniya], Moscow: Palmira, 2018.

Dmitrij Denisov. Professional coffee. The Barista's Bible. [Professional'nyj kofe. Bibliya barista]. Moscow: Restaurant Vedomosti, 2004.

Strategies of leading coffee shops for successful business in this market segment (on the example of a Starbucks coffee shop). [Strategii vedushchih kofeen dlya uspeshnogo vedeniya biznesa v dannom segmente rynka (na primere kofejni Starbaks)] – Bartashevich D.A. - Management science in the modern world [Upravlencheskie nauki v sovremennom mire] Collection of scientific and practical conference reports. 2019. Real economy publishing house (Saint Petersburg). UDK. 336, p.299-305