**Развитие рынка кофе и динамика потребления**

Ерёмина С. В.

**Аннотация.** Рост благосостояния и изменение потребительского выбора разжигают спрос на качественные и специализированные кофейные продукты, таких как кофе с разными вкусами и ароматами, среди молодого населения. В улучшение экономической ситуации и расширение возможностей, сорта кофе становятся доступным для молодых потребителей.

**Ключевые слова.** кофе, производство, потребление.

Мировой кофейный рынок - это увлекательная и динамично развивающаяся отрасль, охватывающая предприятия и торговлю во всем мире. Бесконечное число разных людей, культур, стран, языков и ритуалов, которые окружают кофе, завораживает. Задача состоит в количественной оценке такого сложного рынка.

Мы знаем, что мировой рынок кофе большой, но насколько большой? Есть много способов и методов, которые могут помочь нам определить рынок, в том числе сбор и анализ цифры по производству, импорту/экспорту, расходу топлива, размерам рынка кофеен, а также розничных продаж.

История потребления кофе начинается в Эфиопии, в начале XV века, где впервые создали напиток, отдаленно напоминающий современный кофе, но обладающий таким же бодрящим действием. В тенденциях потребления кофе были взлеты и падения – напиток постепенно покорял мир, часто считался «дьявольским», не раз запрещался для употребления вовсе. Растворимый кофе же появился относительно недавно, только в 1910 году. [1,с.1]

О пользе и вреде кофе до нынешнего дня не смолкают споры, можно услышать и прочитать десятки различных мнений о качествах напитка и его воздействии на организм. Но неоспорим тот факт, что потребление кофе не перестает расти. [3, с.4]

Сегодня, согласно статистики во всем мире выпивают 500 млрд чашек кофе в год, причем рекордное количество потребляют жители Финляндии – 1680 чашек, и сохраняют лидерство не первый год. Для сравнения, в России приходится всего 120 чашек на душу населения в год. [9, с.110]

Таким образом, рынок кофе активно развивается, спрос на кофе не перестает расти, и рынок кофе имеет большой потенциал.

Кофейное зерно, как товар уступает по популярности только нефти. Поэтому немалое значение изучению динамики цен, спроса и производства уделяется на мировой бирже. [16, с. 6] Аналитики выделить три движущие силы рынка, которые способствующие росту мирового рынка натурального кофе: [2, с.3]

• Росту популярности кофе среди «миллениалов»

• Растет число кафе во всем мире

• Экспансия в розничный ландшафт

При этом остается неизменным требование к качеству сырья и качеству готового кофе. [17, с. 46]

*Рост популярности кофе среди «миллениалов»*

Рост благосостояния и изменение потребительского выбора разжигают спрос на качественные и специализированные кофейные продукты, таких как кофе с разными вкусами и ароматами, среди молодого населения. [14, с.10] В улучшение экономической ситуации и расширение возможностей, сорта кофе становятся доступным для молодых потребителей. По сравнению с другими демографическими сегментами, молодежь охотнее тратят деньги на премиум-марки напитка. [4, с.2]

*Растет число кафе во всем мире*

Культура кафе и тенденция общения в кафе стала популярной среди городской молодежи. Увеличился приток людей в городских районах и существенно увеличилось количество пунктов общественного питания. [13, с. 16] Разнообразные вкусы и предпочтения различных видов свежего кофе спровоцировали рост специализированных кофеен и предприятий быстрого обслуживания, рядом с молодежными предприятиями услуг или университетами. [5, с.34]

С ростом количества ресторанов, специализирующихся на кофе, производители получают несколько возможностей брендинга. [10, с.72] Тематические кофейные рестораны предлагают продукты премиум-класса для потребителей, заставляя их выбирать качественную продукцию и в розничных магазинах. Ведущие кафе сети как Старбакс, Коста кофе открывают свои магазины в развивающихся экономически странах. В 2016-м финансовом году, Сеть Коста кофе в Великобритании открыла 255 новых магазинов по всему миру. [15, с.3]

*Экспансия в розничной продаже*

По всему земному шару, сектор розничной торговли значительно расширяется с созданием супермаркетов, гипермаркетов и специализированных магазинах. Кофе в основном продается в крупных розничных сетях. [6, с.154]

В дополнение к росту в секторе розничной торговли, расширение онлайн-ритейла стимулирует глобальный рост кофейного рынка. Европа, Великобритания, Германия и Франция демонстрируют значительное потенциал покупки кофе в розницу через интернет, из-за растущего предпочтения потребителей интернет-магазинов. [12, с. 46] Большинство потребителей сейчас предпочитают делать покупки в интернете, в первую очередь, благодаря фактор удобства. [11, с. 6]

Показательной для изучения является статистика производства кофе и его потребления во всем мире.

По информации Международной организации кофе (МОК), в сравнении с 2014-2015 гг, на момент 1 января 2018 г. производство возросло только на 0,8%. Произошло так поскольку большой рост за указанный период показал кофе сорта робуста (8%), а производство арабики упало на 3,3%, что составляет 409 тыс. кг. Лидерство в производстве кофе удерживает Бразилия, хотя экспорт в этой стране упал на 8,3%, высокий рост показателей наблюдается в некоторых странах Африки (Камерун, Код Дивуар, Рванда, Того), Сальвадор и Коста Рике. Производство кофе на экспорт за последние годы так же возросло во Вьетнаме, который является основным поставщиком робусты [8, с 55].

В зависимости от источника, типы мирового кофейного рынка были поделены на арабику, робусту и либерику. Арабика занимает наибольшую долю в 70% рынка, в то время как робуста и либерика составляют около 27% и 3% соответственно. Как отмечается, [17, с.65] качество продукта, является основополагающим фактором выбора.

Мировое производство кофе в 2017-2018, по предварительным оценкам, около 158.78 млн. мешков, что представляет собой увеличение на 0,7% по сравнению с 2016.

# **Список использованной литературы**

1. Coffee in the Russian Federation» International Coffee Council 115th Session 28 September ‒ 2 October 2015 Milan, Italy
2. Russian Food журнал [Электронный ресурс], режим доступа – URL: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=1166>, (дата обращения – 14.03.2018)
3. World coffee consumption. International Coffee Organization Data as at January 2018 , (дата обращения – 24.03.2018)
4. Анализ ситуации на рынке кофе Западной Европы [Электронный ресурс], режим доступа – URL: <http://www.scanews.coffee/2017/11/28/2017-western-european-coffee-market-size-report/> , (дата обращения – 20.03.2018)
5. Баранов Б.А., Липатова Л.П., Полякова Р.Т. Корпоративный университет как инновационная модель интеграции бизнеса и образования. // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2014. № 3 (69). С. 27-34.
6. Безряднова А.С., Липатова Л.П., Беркетова Л.В. Анализ структуры питания студентов высшей школы // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова», М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. ГВ. Плеханова», 2016, № 5 (89). – с. 153 – 160
7. Бредихина О.В., Липатова Л.П., Шалимова Т.А., Черкасова Л.Г. Контроль качества сырья и готовой продукции на предприятиях общественного питания. Спб,: Троицкий мост, 2014. 192 с
8. Жербанова К.В., Липатова Л.П. Управление затратами на предприятиях питания. //В сборнике: Экономически эффективные и экологически чистые инновационные технологии 2013. С. 53-60.
9. Калугина Е. В. Липатова Л.П. Кобзаренко Т.А., Влияние импортозамещения на изменение ценовой политики ресторанов с зарубежной кухней. // Известия Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. 2016. №1 (23). С.109-120
10. Кузьмин М.И., Смелянский Ф.Ф., Липатова Л.П. Оптимизация продаж в баре ресторана. // В сборнике: Экономически эффективные и экологически чистые инновационные технологии 2013. С. 71-76.
11. Липатова Л.П., Кузьмин М.И., Смелянский Ф.Ф. Популярность напитков: спрос и предложение. // Пиво и напитки. 2014. № 2. С. 6-8.
12. Липатова Л.П., Никитина П.В. Влияние качества на экономическую эффективность предприятия питания. // Проблемы региональной экономики. 2014. № 26. С. 42-50.
13. Липатова Л.П., Самохина Е.А. Тенденции в образовании. Корпоративный университет как связующее звено бизнеса и образования. // Экономика образования. 2017. № 4 (101). С. 14-20.
14. Маркетинговое исследование потребления кофе [Электронный ресурс], режим доступа – URL: <http://primmarketing.ru/analytics/2015/09/11/coffee/> , (дата обращения – 20.03.2018)
15. Министерство сельского хозяйства США [Электронный ресурс], режим доступа – URL: <https://www.usda.gov/>, (дата обращения – 25.03.2018)
16. Мировая биржа; [Электронный ресурс], режим доступа – URL: <https://ru.investing.com/indices/world-indices>, (дата обращения – 19.03.2018)
17. Рождественская Л.Н. Липатова Л.П. Повышение качества пищевой продукции на основе обеспечения прослеживаемости". // Пищевая промышленность, 2017. №11. С. 64-68

(© Е. В. Еремина, 2019).