

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОФЕ

Аннотация.

Актуальность и цели. В современных условиях кофе – продукт высокорентабельный и очень привлекательный для бизнеса на всех стадиях его развития: от кофейной плантации до чашечки бодрящего напитка. Оборот, связанный с кофе, занимает в статистике мировой торговли второе место, уступая лишь нефти, что является свидетельством ключевой роли кофе на мировой арене. Кофе принято считать одним из символов глобализации. В связи с этим исследование проблем и перспектив развития мирового рынка кофе, в том числе в России, является актуальным. Цель работы – выявление специфики перспектив развития российского рынка кофе.

Материалы и методы. Реализация поставленных в работе задач была достигнута на основе анализа Федерального закона от 8 марта 2015 г. № 24-ФЗ «О присоединении Российской Федерации к Международному соглашению по кофе 2007 года», отчетов Минэкономразвития, Российской ассоциации производителей чая и кофе и Организации производителей кофе в России, а также статистических данных по проблемам развития мирового рынка кофе, в том числе и российского. При написании работы в зависимости от особенностей решаемых задач использовались различные методы экономического исследования: абстрактно-логический – при постановке цели и задач исследования; сравнительный анализ – при систематизации участников российского рынка кофе и при решении других проблем, рассматриваемых в работе; индуктивный и дедуктивный методы – при определении перспектив и тенденций развития российского рынка кофе.

Результаты. В работе систематизированы основные участники российского рынка кофе; выделена специфика и особенности российского рынка кофе; определены тренды, тенденции и перспективы развития рынка кофе в России.

Выводы. Кофе в России считается исключительно импортным товаром и выращивание его практически невозможно. За последнее время появился целый ряд российских компаний, занимающихся поставкой зеленого или жареного кофе в зернах из-за границы, а на своем оборудовании в России его фасуют, жарят и мелют. На данном этапе развития кофейного рынка в России можно говорить о пришедшей с Запада моды на «кофисы» – слияние офиса с кофейней. Рынок кофеен еще не насыщен, и на рынке России в ближайшее время будут открываться кофейни разной ценовой категории. Главными потребителями кофе, в первую очередь зернового, выступает сфера HoReCa. Наряду с кофейнями широкое распространение получил вендинг-бизнес – продажа кофе с использованием торговых автоматов. По потреблению растворимого кофе на душу населения Россия занимает третье место в мире после США и Великобритании. В перспективе повышение уровня качества кофе, увеличение инвестиций в данном направлении, развитие инфраструктуры, уменьшение количества посредников, а также комфорт употребления.

Ключевые слова: кофе, мировой рынок кофе, российский рынок кофе, вендинг-бизнес, рынок HoReCa, кофисы, производители кофе.

FEATURES AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN MARKET OF COFFEE

Abstract.

Background. In modern terms, coffee is a highly profitable and very attractive product for business at all stages of its development: from coffee plantation to a cup of refreshing drink. The turnover of coffee takes the second place in the statistics of world trade yielding only to oil, which is an evidence of the key role of coffee in the world. Coffee is considered to be one of the symbols of globalization. In this regard, the study of problems and prospects of development of the world coffee market, including in Russia, is relevant. The purpose of the article is to identify peculiarities of prospects of development of the Russian market of coffee.

Materials and methods. The research task was implemented on the basis of the analysis of the Federal law of March 8, 2015 № 24-FL “On the Russian Federation’s accession to the International coffee agreement 2007”, reports of the Ministry of economic development, the Russian Association of tea & coffee producers and the Organization of coffee manufacturers in Russia, as well as statistical data on development of the world coffee market, including the Russian one. In the work, depending on the characteristics of tasks, the authors used different methods of economic research: abstract-logical – when setting the goals and objectives of the research; comparative analysis – the organization of participants of the Russian coffee market and other issues addressed in the paper; inductive and deductive methods – assessment of prospects and tendencies of development of the Russian market of coffee.

Results. The work systematizes main participants of the Russian coffee market; highlights the specifics and peculiarities of the Russian market of coffee; identifies trends, tendencies and prospects of development of the coffee market in Russia.

Conclusions. Coffee in Russia is considered to be an exclusively imported product as it is almost impossible to grow. Recently there has appeared a number of Russian companies engaged in supply of green or roasted coffee beans from abroad, and on their equipment in Russia it is packed, roasted and ground. At this stage of development of the coffee market in Russia one may speak about a fashion for “kofisa” that came from the West – merging of an office with a coffee shop. The coffee market has still not been saturated, and in the Russian market in the near future there will open coffee shops in different price categories. The main consumers of coffee, of grain in the first place, is HoReCa. Along with coffee houses, vending business has become widespread – selling coffee from vending machines. Russia is ranked the 3rd in consumption of soluble coffee per capita in the world after the USA and the UK. In the long term: improving the quality of coffee, increasing investment in the area, developing the infrastructure, reducing a number of intermediaries, as well as comfort eating.

Key words: coffee world market coffee, Russian coffee market, vending business, HoReCa market, cofisa, coffee producers.

Кофе занимает второе место в мире по объемам международных сделок после сделок с нефтью. Потребность в кофе произвела разветвленную индустрию: его выращиванием и продвижением занимается колоссальное количество людей, и из года в год потребление в мире только увеличивается. В России, по данным маркетинговых исследований, отраслевой рынок кофе располагается в стадии динамичного развития [1, с. 340].

При этом кофейный рынок России вступил на путь прогрессивного развития. Битва за долю рынка и стремление к высочайшему качеству одинаково характеризуют ключевых игроков российского рынка кофе. На сегодняшний момент 74 % рынка состоит из растворимого сегмента и 26 % из зерновой кофе, который потребляется в основном сферой HoReCa. В последние годы заметен активный рост потребления именно зернового кофе.

Согласно Федеральному закону от 8 марта 2015 г. № 24-ФЗ «О присоединении Российской Федерации к Международному соглашению по кофе 2007 года» Россия стала полноправным членом Международной организации кофе. В отчете Минэкономразвития говорится, что Россия получила возможность вносить в повестку дня мирового сообщества кофе вопросы, представляющие важное экономическое значение для российских предприятий. Потребление кофе в России увеличилось относительно 1998 г. более чем на 50 % и в количественном выражении составило 250 тыс. тонн в год. Объем рынка – около 3 млрд долл. США. Присоединение России активно поддерживалось представителями российского кофейного бизнеса – Российской ассоциацией производителей чая и кофе и Организацией производителей кофе в России. Соглашение носит обязательный характер, следовательно, на основании подпункта «а» п. 1 ст. 21 и подпункта «д» п. 1 ст. 15 Федерального закона от 15 июля 1995 г. № 101-ФЗ «О международных договорах Российской Федерации» решение о присоединении Российской Федерации к Соглашению принято в форме федерального закона¹.

Первоочередными вопросами признаются модернизация базовых принципов поставки сырья на фоне высокой волатильности (изменчивости) цен на бирже для российской кофейной индустрии, гармонизация требований к качеству сырья и готовой продукции при импорте кофе на территорию России и уменьшение числа посредников на пути поставок кофейного сырья из стран-производителей на рынок России, влекущее урезание стоимости продукции. Экономический эффект от решения этих вопросов расценивается экспертами в несколько миллионов долларов США. К примеру, гармонизация требований к качеству и безопасности сырья и готовой продукции, поставляемых на кофейные рынки сбыта сырья, позволит снизить фитосанитарный риск кофе и, следовательно, значительно сократить сроки прохождения стандартных процедур при импорте кофе на таможенную территорию страны, что, в свою очередь, уменьшит издержки отечественных компаний, составляющие, по оценкам экспертов, более 1,25 млн долл. США ежегодно² [2].

Существенная часть отечественного рынка кофе находится под влиянием ТНК. Более 50 % рынка в стоимостном выражении приходится на трех фаворитов: Nestle Russia (Nescafe), Kraft Foods Russia («Монделис Русь»

¹ О международных договорах Российской Федерации : Федер. закон РФ от 15 июля 1995 г. № 101-ФЗ (в ред. от 12.03.2014 г.); О присоединении Российской Федерации к Международному соглашению по кофе 2007 года : Федер. закон РФ от 08.03.2015 № 24-ФЗ (в ред. 08.03.2015 г.); URL: <http://economy.gov.ru/minec/press/news/2015031001> (дата обращения: 13.04.2015).

² URL: <http://economy.gov.ru/minec/press/news/2015031001> (дата обращения: 13.04.2015); Пояснительная записка к проекту федерального закона № 625758-6 по вопросу о присоединении Российской Федерации к Международному соглашению по кофе 2007 года // Правовая система «Гарант». – URL: <http://base.garant.ru/57714764/>

в составе Mondelez International Group) (Jacobs, Maxwell House, Carte Noire) и Tchibo [7, с. 155]. По данным исследовательской группы, 28 % сегмента растворимого кофе контролирует Nestle, 19 % – Mondelez Group, 15 % – Strauss Group, около 8 % – Tchibo (рис. 1).

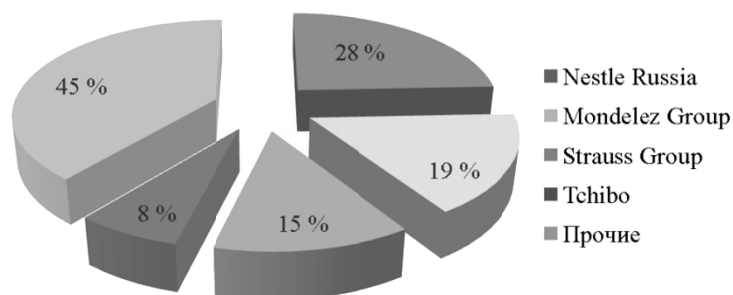


Рис. 1. Доли компаний на рынке кофе России [3, с. 30]

На российском рынке натурального кофе доминируют отечественные компании, на их долю приходится более 65 % рынка. Систематизация участников российского рынка кофе на основе выделенных критериев показана в табл. 1.

Таблица 1

Систематизация участников рынка кофе в России

Критерий	Участник
1. По владельцу контрольного пакета акций компании-производителя	– Российские компании-производители («Орими Трэйд», «Московская кофейня на паяхъ», «Чайно-кофейная компания «Гранд»); – представительства иностранных производителей в России (Nestle Russia, «Монделис Русь», Tchibo, Paulig)
2. По специализации производителя	– Только кофейная продукция (Tchibo, Paulig, «Московская кофейня на паяхъ», Strauss Group); – широкий спектр продукции (Nestle Russia, «Монделис Русь», «Орими Трэйд»)
3. По типу производимого кофе	– Жареный/молотый кофе (Paulig); – растворимый кофе («Монделис Русь»); – жареный/молотый и растворимый кофе (Nestle Russia, Tchibo, Strauss Group, «Орими Трэйд», «Московская кофейня на паяхъ»)
4. По объемам производства в год	– Крупные компании (3000 тонн и более) (Nestle Russia, «Монделис Русь», Tchibo, Paulig, «Орими Трэйд», Strauss Group); – средние компании (500–3000 тонн) («Московская кофейня на паяхъ»); – небольшие компании (до 500 тонн) («Монтана Кофе», «Сафари кофе» и еще более 50 компаний, которые почти не известны потребителям)

Примечание. Составлено автором на основе источников [3, с. 32; 4, с. 156].

Сейчас в сфере продаж часто можно услышать фразу «рынок HoReCa». HoReCa – это новый термин, поступивший в обиход совсем недавно, обозначает сферу индустрии гостеприимства (общественного питания и гостиничного хозяйства), сокращение от первых двух букв в словах Hotel, Restaurant, Cafe. Главными потребителями в сегменте B2B (HoReCa) считаются места общественного питания. В России функционируют более 40 сетей общественного питания, каждая из которых владеет от 20 до 400 точками: «Крошка-Картошка», McDonald's, «Кофе-Хауз», «Шоколадница», Subway, «Евразия», Starbucks и др. [5].

Противостояние двух крупнейших участников рынка – «Nestle Россия» и «Монделис Русь» – разворачивается главным образом в сфере ценовой конкуренции и максимизации присутствия в торговых точках страны. Для компании Nestle одной из первостепенных задач предстает поиск партнера или создание производства упаковки на территории России, что поможет понизить производственные издержки и, следовательно, стать наиболее конкурентоспособными по цене. Для компании «Монделис Русь» главная цель – наращивание объема производства в России путем дополнительных инвестиций в уже имеющиеся производственные мощности. Планируется, что это повысит объем производства до 25 тыс. тонн. «Монделис Русь» пересмотрел основные марки в кофейной категории и исключил Carte Noire, следовательно, максимальные инвестиции направляются на популяризацию марки Jacobs – основного конкурента Nescafe. Tchibo в последние годы упускает свою долю рынка в России. Несмотря на высокие показатели потребления, отсутствуют стратегически значимые шаги в условиях жесткой конкуренции, что приведет к дальнейшему уменьшению доли продаж Tchibo в России. Для «Орими Трэйд» розничная продажа кофе – это не единственное поле деятельности. Компания считается одним из основных участников рынка зеленого кофе (крупным импортером, ре-экспортером и оптовиком). Позиции «Жокея» на рынке обжаренного кофе устойчивы, хотя в этом сегменте планируется ужесточение конкуренции¹.

С 2012 г. в России начала выявляться тенденция, присутствующая в последние годы на мировом рынке кофе, – это «кофисы», своеобразное слияние офиса с кофейней. Мелкие предприниматели, начинающие стартаперы, фрилансеры, для которых кофейни стали местом, где имеется возможность поработать в тишине, быстро провести переговоры, а также поесть или выпить чашку кофе. В мировой практике 15 % мелких предпринимателей предпочитают работать в кафе. По статистическим данным, в России открыты более 80 сетей кофеен и кафе-кондитерских, большая часть функционирует по франшизе. Под управлением кофейных сетей в России работает 1340 кофеен, прирост кофеен в 2013 г. по сравнению с 2012 г. получился 22 %. Всего в России насчитывается 5212 кофеен, из них 673 – в Москве, 476 – в Санкт-Петербурге. Первая «кофейня-офис» современного образца открылась в Санкт-Петербурге в 1994 г. Рост сетей кофеен сравним, по словам экспертов, с сегментом fast food и составляет долю 21,8 % от всех российских сетей [5].

По мнениям экспертов, рынок кофеен еще не насыщен, и на рынке России еще могут открыться в ближайшие пять лет порядка 300 кофеен среднего

¹ URL: <http://businessstat.ru/> (дата обращения: 21.03.2015); URL: <http://www.ico.org/statistics> (дата обращения: 09.02.2015).

сегмента и 15–25 кофеен премиум-сегмента. Рентабельность кофеен достаточно высокая – от 200 до 800 %. Среди кафе-кондитерских наиболее распространены «Шоколадница», «Кофе Хауз», Starbucks. По прогнозам экспертов, кофе в 2015 г. будут пить 96,5 млн жителей России, на каждого будет доводиться 489 чашек в год, или 1,81 кг кофе. Кофейный рынок в России отличается его сетевая нацеленность. Если в Европе 2/3 кофеен частные, то в России – индивидуальных кофеен мало, а преобладают сетевые, работающие по франшизе. Сетевые кофейни выгоднее, так как издержки меньше на 20 %, а оборот больше [5].

По данным Европейской Вендинг Ассоциации, в конце прошлого года насчитывалось всего пять крупных игроков российского вендинга, занимающих долю в 20 % от общего рынка: «Ювенко», «СИБО-Вендинг», Vendex и Compass Group. А в небольших городах рынок делили компании, пришедшие еще в 2000-х гг., и новички. В Пензе наберется шесть крупных вендоров, имеющих в своем арсенале более 40 аппаратов. Одной из первых в 2005 г. вендинг-бизнес запустила компания «Золотая чашка». Также пензенских предпринимателей волнует отсутствие в отечественной автоматизированной торговле прямого закона «О вендинге». Действующие сегодня нормы права, касающиеся торговли через автоматы, закрепляют, с одной стороны, очень общий характер, а с другой – регулируют отдельные частные взаимоотношения и включаются в разные законодательные акты. По существу, единственной нормой, непосредственно регулирующей автоматизированную торговлю, считается ст. 498 Гражданского кодекса РФ – «Продажа товаров с использованием автоматов». Но и она определяет только алгоритм купли-продажи и не более¹ [6, с. 103].

Характерная черта рынка кофе в России заключается в том, что в структуре производства в разрезе главных его видов доминирующее место занимает сегмент экстрактов, эссенций и концентратов кофе: около 74 % от общероссийского объема производства кофе принадлежит этому сегменту. Кофе без кофеина и жареный занимает 26 %. За последние годы, благодаря низким таможенным пошлинам и огромным рынкам потребителей, количество импортеров кофе в Россию значительно выросло, и многие из новых компаний-импортеров поставляют кофе незаконно. В настоящее время все острее чувствуется проблема с проведением всесторонней экспертизы качества кофе, поступающего на рынок России [7, с. 35; 8, с. 105].

Вендинговый бизнес также имеет свое место на рынке кофе в России. По данным «Бизнес-плана по созданию вендинг-сети кофейных и снековых автоматов (с финансовой моделью)» консалтинговой компании Intesco Research Group, вендинговая торговля в России немного уступает аналогичной торговле в наиболее развитых странах мира. Общее сравнение (разница в 3,76 раза): в Европе с населением (без России, Украины, Молдавии) на 2013 г. 638 856 тыс. человек установлено 3870 тыс. автоматов, или один автомат приходится на 165 человек. На 1 января 2015 г., по оценке Росстата в России, было 146 267 288 постоянных жителей, установлено 227 тыс. автоматов или один автомат приходится на 644 человека. Отставание незначительное, и рынок почти сформировался (Coffee and Drink Systems).

¹ URL: <http://www.vending-europe.eu/> (дата обращения: 31.03.2015).

Согласно прогнозу, представленному в табл. 2, стоимостный экспорт кофе увеличивается вместе с объемами поставок.

Таблица 2
Прогноз экспорта кофе в РФ на 2015–2018 гг., млн долл.; %¹

Параметр	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Экспорт (млн долл.)	60,31	65,25	70,53	76,61
Динамика (процент к предыдущему году)	7,9	8,2	8,1	8,6

Со временем рынок кофе в России будет только разрастаться, и основными трендами, влияющими на его развитие, будут следующие:

а) высокий уровень качества. Россияне по мере улучшения уровня жизни переходят от дешевых товаров низкого качества к высококачественным и дорогим брендам;

б) увеличение инвестиций в кофейную индустрию. Участники рынка все оживленнее вкладывают финансы в строительство новых заводов и фабрик по производству кофе в России;

в) польза от употребления кофейных напитков. Ученые сейчас говорят, что постоянное его употребление поможет избежать такие болезни, как сахарный диабет, рак печени или болезнь Альцгеймера. Уже доказано, что кофе пробуждает гормоны радости, которые делают человека счастливее;

г) комфорт употребления. Постепенно меняется в России культура потребления кофе: люди предпочитают употреблять кофе в сегменте HoReCa. В связи с этим объем рынка кофеен регулярно увеличивается, а спрос на кофейни даже превышает предложение. Инвестиции в этот бизнес окупаются уже через три-четыре года².

Касаемо прогнозов развития рынка кофе, то, по данным исследований, объем рынка натурального кофе в будущем будет увеличиваться, достигая совокупного среднегодового темпа роста 9 % в период с 2011 по 2016 г., в то время как этот же показатель по растворимому кофе будет равен 3 %. В 2015 г. кофе будут употреблять уже почти 97 млн россиян, будет продано 175 тыс. тонн кофе. Последующее развитие рынка натурального кофе будет осуществляться за счет увеличения числа кофеен и переключения потребителей с растворимого кофе на натуральный зерновой. Эксперты также предполагают, что дальнейшее развитие сегмента растворимого кофе будет выполняться за счет перераспределения долей в пользу премиального сублимированного кофе, а ключевые участники этого рынка будут соперничать между собой на марочном уровне. Кроме того, нельзя не заметить положительную динамику за последние пять лет на российском кофейном рынке, в первую очередь повысилась качество обжаренного кофе, прослеживается переключение потребителей на более дорогой натуральный кофе, появилось множество компаний, которые специализируются только на кофе [9].

Обобщая вышесказанное, следует выделить основные тенденции развития российского рынка кофе, показанные в табл. 3.

¹ URL: <http://www.customs.ru/> (дата обращения: 08.04.2015).

² URL: <http://www.vending-europe.eu/> (дата обращения: 31.03.2015).

Основные тенденции развития российского рынка кофе

Тенденции	
1. По количественным показателям рынка	<ul style="list-style-type: none"> – Рост объемов внутреннего производства кофе; – рост объемов импорта зеленого кофе; – прирост объема рынка в стоимостном выражении, в первую очередь благодаря продажам внутри сегмента натурального кофе, нежели растворимого
2. На конкурентном поле	<ul style="list-style-type: none"> – Компании, на данном этапе находящиеся в статусе обслуживающих западные фирмы, движутся по пути независимого производства продукции; – тяготение предпринимателей перейти на выработку натурального кофе; – увеличение инвестиций в кофейную индустрию
3. В потребительском сегменте	<ul style="list-style-type: none"> – Кофе становится одним из базовых продуктов потребления у населения; – несмотря на кризис, спрос на кофе сохранился, и тенденции к спаду потребления не замечено; – восстановление и дальнейший рост уровня реальных доходов населения, что позволяет увеличить потребление как в количественных, так и в качественных показателях; – перераспределение потребления в структуре растворимого кофе: снижение доли кофе-смесей и порошкового кофе, рост дорогого сублимированного; – ежегодный рост спроса на молотый и кофе в зернах; – перемены в стиле жизни потребителей и развитие культуры потребления кофе: пить не на скорую руку, а не спеша; – увеличение числа «гурманов», не принимающих вкус раствора; – в целом по России и в регионах отмечаются высокие темпы прироста сектора натурального кофе; – прослеживается тенденция развития мелкооптового производства, что сближает с практикой развития ряда европейских стран; – формирующаяся «мода» пить кофе в обществе

Примечание. Составлено автором.

Торговые сети расширяют свое пребывание во всех регионах, ориентируясь главным образом на реализацию брендов. Однако широкая география России и сравнительно высокая доля городского населения способствуют повышению спроса на свежееобжаренный кофе, образуя стимул для развития регионального мелкотоварного производства. Исследователи предполагают, что перспективы активной динамики роста рынка натурального кофе связаны в первую очередь с развитием сектора HoReCa – сферы индустрии гостеприимства. В последние пять лет именно развитие кофеен привело к повышению осведомленности потребителей и их стремлению покупать кофе высокого качества.

В связи с этим на основе ожиданий и прогнозов следует выделить перспективы развития российского рынка кофе на ближайшую перспективу (табл. 4).

Таблица 4

Перспективы развития рынка кофе в России

Ожидания и прогнозы	Перспективы
1. Рост цен на кофе на мировых рынках	<ul style="list-style-type: none"> – В сегменте растворимого кофе, где стоимость сырья составляет 15 % в стоимости конечного продукта, на 10–15 %; – в сегменте жареного/молотого кофе, где стоимость сырья составляет до 50 % в конечной стоимости продукта, может достигнуть 50 %; – игроки кофейного рынка отмечают, что в долгосрочной перспективе цены на кофе продолжают свой рост
2. Прогнозы в отношении основных количественных показателей и структуры рынка кофе	<ul style="list-style-type: none"> – Прирост объема рынка в денежном выражении вследствие увеличения спроса главным образом по причине роста мировых цен на зеленый кофе; – увеличение объема производства кофе внутри страны; – увеличение объема импорта зеленого кофе, а также возможное увеличение доли сорта «арабика» в общем составе ввозимого кофе; – увеличение и реализация экспортного потенциала рынка
3. Прогнозы в потребительском сегменте	<ul style="list-style-type: none"> – Значительный рост потребления кофе в целом; – в сегменте натурального молотого и кофе в зернах ожидается более быстрое развитие за счет усиления интенсивности потребления, а также вследствие переключения потребителей с растворимого кофе на натуральный; – рост потребления кофе вне дома, т.е. в сегменте HoReCa

Примечание. Составлено автором.

Согласно отчету европейского исследовательского агентства Euromonitor, рынок зернового кофе в России к 2018 г. поднимется почти на 36 % до 47,9 млрд рублей относительно 2013 г. Специалисты полагают, что рост рынка обуславливает растущее потребление натурального кофе в России. Участники рынка интенсивно продвигают кофе, увеличивая количество кофеен и развивая культуру потребления. У России имеется отличный потенциал к повышению платежеспособного спроса, который сможет поднять спрос на западный стиль жизни, где потребление кофе считается неотъемлемой частью в жизни каждого¹.

Таким образом, в России наметилась тенденция роста потребления в России кофе в зернах или молотого. Эта тенденция подтверждается и тем, что за последний год появился целый ряд российских компаний. География поставок широка, и это значит, что Россия вовлечена в полной мере в мировой кофейный рынок. Подавляющая часть отечественного рынка кофе находится под влиянием Nestle Russia (28 %), Mondelez International Group (19 %), Strauss Group (15 %) и Tchibo (8 %). Большое значение в российской кофейной индустрии имеют отечественные компании: ООО «Орими Трэйд», ЗАО «Московская кофейня на паяхъ», ООО «Монделис Русь». Благодаря присоединению России к Международному соглашению по кофе 2007 г., она полу-

¹ URL: <http://www.euromonitor.com/> (дата обращения: 05.02.2015).

чила возможность вносить в повестку дня мирового сообщества кофе вопросы, представляющие важное экономическое значение для российских предприятий.

Кофе в России считается исключительно импортным товаром, выращивание его в России практически невозможно. Объем рынка натурального кофе будет расти, достигая среднегодового темпа роста 9 % в период с 2011 по 2016 г., а по растворимому кофе будет равен всего 3 %.

К основным трендам развития рынка кофе в России следует отнести: повышение уровня качества кофе, увеличение инвестиций в кофейное производство, а также комфорт употребления, благодаря многочисленным возможностям (распространение кофеен, «кофе с собой» и т.п.). Все это приближает Россию к европейскому стилю жизни, где кофе уже давно считается одним из основных продуктов потребления.

Список литературы

1. Международные экономические отношения : учебник / под ред. В. Е. Рыбалкина. – М. : Юнити-Дана, 2012. – 647 с.
2. **Полутина, И.** Тенденции мирового рынка кофе / И. Полутина // Грани науки. – 2015. – Т. 3, № 2. – С. 14–16.
3. **Запекина, Н. В.** Национальные и региональные аспекты развития российской кофейной отрасли / Н. В. Запекина, Л. А. Журавлева // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – № 4 (35). – С. 30–33.
4. **Калашникова, Д. В.** Современное состояние рынка кофе в России / Д. В. Калашникова, Ю. А. Кафтулина // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки : электронный сб. ст. по материалам XXXIII студенческой Междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск : СибАК. – 2015. – № 6 (33). – С. 152–164. – URL: [http://www.sibac.info/archive/economy/6\(33\).pdf](http://www.sibac.info/archive/economy/6(33).pdf)
5. **Костарев, Г.** Кофейни превращаются в офисы малого бизнеса / Г. Костарев // Российская бизнес-газета. – 2013. – № 6226.
6. **Марков, А. К.** Изменение климата угрожает кофе, шоколаду и вину / А. К. Марков // Чистая энергия. – 2014. – № 4. – С. 102–105.
7. **Наумова, В. В.** Информационная фальсификация кофе / В. В. Наумова // Бюллетень медицинских интернет-конференций. – 2012. – Т. 2, № 2. – С. 35.
8. **Рогожин, П.** Рынок кофе в России / П. Рогожин // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2014. – № 6. – С. 101–110.
9. **Морозова, Л.** Молотый против растворимого / Л. Морозова // Российская бизнес-газета. – 2011. – № 787.

References

1. *Mezhdunarodnye ekonomicheskie otnosheniya: uchebnik* [International economic relations: textbook]. Ed. by V. E. Rybalkin. Moscow: Yuniti-Dana, 2012, 647 p.
2. Polutina I. *Grani nauki* [Facets of science]. 2015, vol. 3, no. 2, pp. 14–16.
3. Zapekina N. V., Zhuravleva L. A. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya* [World of science, culture, education]. 2014, no. 4 (35), pp. 30–33.
4. Kalashnikova D. V., Kaftulina Yu. A. *Nauchnoe soobshchestvo studentov XXI stoletiya. Ekonomicheskie nauki: elektronnyy sb. st. po materialam XXXIII studencheskoy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* [Scientific society of students of the XXI century. Economic science: online proceedins of XXXIII student international scientific and practical conference]. Novosibirsk: SibAK, 2015, no. 6 (33), pp. 152–164. Available at: [http://www.sibac.info/archive/economy/6\(33\).pdf](http://www.sibac.info/archive/economy/6(33).pdf)
5. Kostarev G. *Rossiyskaya biznes-gazeta* [Russian business newspaper]. 2013, no. 6226.

6. Markov A. K. *Chistaya energiya* [Net energy]. 2014, no. 4, pp. 102–105.
7. Naumova V. V. *Byulleten' meditsinskikh internet-konferentsiy* [Bulletin of medical online conferences]. 2012, vol. 2, no. 2, pp. 35.
8. Rogozhin P. *Marketing i marketingovye issledovaniya* [Marketing and marketing research]. 2014, no. 6, pp. 101–110.
9. Morozova L. *Rossiyskaya biznes-gazeta* [Russian business newspaper]. 2011, no. 787.

Кафтулина Юлия Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент,
кафедра экономической теории
и международных отношений,
Пензенский государственный
университет
(Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40)

E-mail: ulya_01@list.ru

Kaftulina Yuliya Anatol'evna

Candidate of economic sciences, associate
professor, sub-department of economics
and international relations, Penza State
University
(40 Krasnaya street, Penza, Russia)

Володин Виктор Михайлович

доктор экономических наук, профессор,
кафедра менеджмента и экономической
безопасности, декан факультета
экономики и управления, Пензенский
государственный университет
(Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40)

E-mail: ieu@pnzgu.ru

Volodin Viktor Mikhaylovich

Doctor of economic sciences, professor,
sub-department of management
and economic safety, dean of the Faculty
of economics and administration, Penza
State University
(40 Krasnaya street, Penza, Russia)

УДК 339.9

Кафтулина, Ю. А.

Особенности и перспективы развития российского рынка кофе /
Ю. А. Кафтулина, В. М. Володин // Известия высших учебных заведений.
Поволжский регион. Общественные науки. – 2016. – № 1 (37). – С. 185–195.