

УДК 338.01

ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ СПЕШЕЛТИ КОФЕ, ВЫРАЩЕННОГО НА ВУЛКАНИЧЕСКОЙ ПОЧВЕ НА ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ РЫНОК

Ляпичев Д. (Университет ИТМО, г. Санкт-Петербург)

Научный руководитель – к.э.н., доцент Белинская И.В.

(Университет ИТМО, г. Санкт-Петербург)

Аннотация. Во время извержения вулкана вулканическая порода смешивается с землей и образует самую плодородную почву. По своему химическому и минеральному составу она превосходит другие виды почв. Однако, качество почвы это только часть экосистемы, которую создает вулкан. Окружающая среда обеспечивает идеальные условия для того, чтобы вырастить самый вкусный и полезный кофе в мире. В данной работе представлены свойства спешелти кофе, трудности и особенности выращивания деревьев на вулканической почве, проанализирован зарубежный опыт внедрения и перспективы внедрения такого кофе на отечественный рынок.

Введение. Кофейная индустрия всё больше продолжает углубляться в изучение процессов производства кофе: начиная от посадки и скрещивания кофейных разновидностей, заканчивая уже готовой пачкой кофе. Современным потребителям важно знать, что еда и напитки, которые они выбирают, не вредят их организму. Одна из причин тому - стремление людей к осознанному потреблению и здоровому образу жизни. Благодаря осознанному потреблению, важное место в мире занимает спешелти кофе. Понятие «спешелти» подразумевает собой зерна 100% арабики, без содержания робусты. В зернах арабики содержание кофеина минимально и достигает показателей 1-1,5%. При этом уровень полезных эфирных масел и минералов составляет 20%, а сахара до 8%. Кроме того, в продукте присутствует много растительной клетчатки.

Спрос на спешелти кофе постоянно растет. В Европе и Северной Америке с каждым годом растет количество кофеен и обжарочных компаний, которые работают со спешелти кофе. Энтузиасты разработали кофейный гид по Европе. Регулярно проводятся чемпионаты по обжарке и приготовлению различных сортов.

Хотя в России индустрия спешелти еще очень молода, но уже открыты тысячи кофеен и сотни компаний обжарщиков, которые сотрудничают с фермами по всему миру, поставляя качественный продукт в Россию. Уровень кофейной индустрии значительно вырос, по сравнению с предыдущими годами, но популярность спешелти кофе все еще довольно-таки низкая по сравнению с другими странами.

Основная часть. Продвижение и повышение узнаваемости правильного питания в пищевой промышленности является востребованной тематикой. И одним из наиболее серьезных вызовов является обеспечение необходимого уровня доверия к полезным свойствам спешелти кофе, выращенного на вулканической почве.

Проблема, выявленная в исследовании – необходимость популяризации спешелти кофе и расширения узнаваемости в России для увеличения объема продаж кофе в целом на отечественном рынке, так и, в частности, у компании «Сварщица Екатерина», которая не первый год проводит исследования в индустрии.

На данный момент, ни у одной российской компании нет упоминания о кофе, выращенного на вулканической почве. В то время как компания «Сварщица Екатерина», широко известная в кофейном мире, неплохо продвинулась в данном направлении. У компании большой опыт сотрудничества с зарубежными поставщиками, в частности, с поставщиками из Гватемалы, где и выращивают кофе на вулканической почве.

В рамках маркетингового анализа мной был проведен сравнительный анализ конкурентов компании «Сварщица Екатерина»: «Больше кофе», «Тэйсти кофе», «Кофе Оул», «СЗК», «Человек Пароход» и т.д.; анализ каналов сбыта: «О, мой Боул», «Прачечная», «Сир» и т.д.; состав цены; сравнение обычного кофе и спешелти кофе, выращенного на вулканической почве; позиционирование и дизайн продукции компании «Сварщица Екатерина».

Так как на данный момент нет четкого разделения между обычным масс-маркет кофе и спешелти, необходимо раскрывать данную тему аудитории. Ведь, согласно исследованию Ассоциации спешелти кофе и UC Davis Coffee Center, спешелти кофе не только имеет разнообразные вкусовые качества, но и полезнее обычного кофе. Поэтому нужно развивать стратегию продвижения по нескольким направлениям:

- Крупные устоявшиеся кофейные компании могут себе позволить рекламировать спешелти кофе в СМИ.

- Запуск линейки спешелти кофе в супермаркетах и доставках. Крупным компаниям не нужно вкладывать много денег для этого, они не будут продавать много мешков кофе, но это хорошо скажется на рынке – люди будут иметь спешелти кофе в доступности.

- Грамотная презентация во всех каналах сбыта. Некоторые люди вообще не знают, что спешелти существует. Они не знают, что кофе может быть чем-то большим, чем просто темная жидкость с яркой горечью.

Выводы. В ближайшие годы, с грамотной реализацией стратегии продвижения, объем индустрии спешелти кофе, в частности, кофе, выращенный на вулканической почве, будет набирать обороты в целом на отечественном рынке. Вырастет и узнаваемость бренда «Сварщица Екатерина» и, соответственно, их объем продаж.

Ляпичев Д. (автор)

Белинская И.В. (научный руководитель)