

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЧАЯ И КОФЕ В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Т.В. Натальина, канд. экон. наук, доцент

С.В. Петухова, канд. экон. наук, доцент

**Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИХУ»
(Россия, г. Новосибирск)**

DOI:10.24412/2411-0450-2025-11-236-241

Аннотация. Статья посвящена анализу текущего состояния рынка чая и кофе в России, выявлению тенденций и направлений развития в условиях высокой неопределенности внешней среды. Цель выполненного исследования – определить перспективы и направления развития рынка чая и кофе в России в условиях неопределенности на основе стратегического анализа рынка. Достижение цели обеспечивается применением методов сравнительного, системного, стратегического анализа, приемов систематизации и формализации информации. В результате проведенного исследования выявлены макро- и отраслевые факторы, как положительно, так и негативно влияющие на развитие чайно-кофейного рынка, составлен прогноз развития, имеющий практическое значение.

Ключевые слова: чай; кофе; анализ отраслевых факторов.

Российский рынок чая и кофе занимает лидирующие позиции в мире по потреблению этих напитков. Употребление чая и кофе прочно вошло в повседневную жизнь россиян и отражает культурные особенности. Несмотря на то, что рынки чая и кофе занимают по отношению друг к другу конкурирующие позиции, они продолжают развиваться.

Популярность чая и кофе среди россиян делает этот рынок привлекательным для производителей и инвесторов. Однако, несмотря на высокую конкуренцию и насыщенность рынка, существуют значительные возможности для дальнейшего масштабирования, дифференциации и интеграции бизнеса, что делает исследование, посвященное выявлению основных направлений развития рынка чая и кофе в России, определению ключевых игроков и стратегий их успеха весьма актуальным.

В экономической литературе широко освещены вопросы отраслевого стратегического анализа в работах зарубежных авторов [1-3]: Р.М. Гранта, М. Портера, А.А. Томпсона, А.Дж. Стрикленда и других. Исследованием состояния рынка чая и кофе в России занимается ряд специалистов [1; 3; 5; 9]: Г. Денисова, П.В. Диндикова, Е.Ю. Ибрагимова, Е.В. Суховеева и многие другие.

Цель выполненного исследования – определить перспективы и направления развития рынка чая и кофе в России в условиях не-

определенности на основе стратегического анализа рынка.

Достоверность проведенного исследования достигается за счет использованных методов: сравнительного, системного, стратегического анализа, приемов систематизации и формализации информации.

Результаты исследования

Стратегический анализ рынка чая и кофе в России представляет собой комплексное исследование ключевых тенденций, факторов роста и перспектив развития данного направления бизнеса.

Проведенный анализ макро-факторов показал, что на рынок чая и кофе наибольшее влияния оказывают политические, экономические и законодательные факторы макросреды.

Влияние политических факторов обусловлено, в первую очередь, санкционным давлением, и как следствие, принятыми мерами по увеличению таможенных пошлин для недружественных стран на жареный и растворимый кофе на 13,5 и 17% соответственно, сокращение экспорта чая и кофе некоторых стран (Япония) [4]. Но также наблюдается увеличение государственной поддержки, в том числе, для поддержки импортозамещения, внедрения кредитных каникул.

Экономический фактор оказывает влияние за счет роста цен в кофейной индустрии, что влияет на потребительский спрос, особенно

на рынке кофе в зернах и капсулах. Однако, наблюдается рост популярности кофе с собой, что является результатом развития формата кофе-пойнтов и вендинговых автоматов. Также, рынок чайной индустрии продолжает зависеть от импортных поставок, особенно из Индии, Шри-Ланки и Китая; планируется увеличение экспорта чая и кофе из Кении [5]. В 2024 году был зафиксирован рост импорта чая на 58%, то есть наблюдается снижение объема внутреннего производства. В связи с санкциями, наложенными также на российские банки, западные банки отказываются проводить транзакции, что затрудняет оплату поставок ввозимого кофе и чая. Помимо этого, ожидается увеличение отпускных цен на 20% на зерновой кофе, что вызвано ростом цен на логистику, колебаний валютных курсов и проблем с поставками из стран Латинской Америки и Африки [4]. Однако со стороны Российской экспортного центра (РЭЦ) реализуется программа компенсации затрат экспортёров на транспортировку продукции АПК, включая чай и кофе. Поддержка покрывает от 25% до 100% транспортных расходов

в зависимости от страны назначения продукции.

Влияние законодательных факторов вызвано расширением маркировок и стандартизации для чайно-кофейной индустрии – расширение системы «Честный знак» – возможен обязательный цифровой след для кофе. Также в 2025 году в России наблюдаются ужесточения в антимонопольной политике, направленные на снижение зависимости от импорта, поддержку локальных производителей и контроль цен.

Также можно выделить влияние социальных факторов макросреды компаний, в частности, это дефицит квалифицированных сотрудников сферы обслуживания на рынке и ориентация потребителей на более качественные и премиальные товары. Например, в 2024 году наблюдался рост спроса на более дорогие продукты в сфере продовольственных товаров, что также может касаться премиальных видов чая и кофе.

Для понимания тенденций и перспектив развития рынка чая и кофе проведен стратегический анализ отраслевых факторов, результат которого представлен в таблице.

Таблица 1. Стратегический анализ отраслевых факторов рынка чая и кофе

Направления	Характеристика
Емкость рынка	В 2024 году объем рынка чая в России оценивается в 120-130 тыс. т, а кофе – в 180-200 тыс.т В 2024 году произошел рост рынка чая на 6% до 100 млрд. руб. Рост продаж готового кофе составил +13,08%, готового чая – +4,20%. С 2023 года российский рынок кофе навынос вырос на 21%, число кофеен в России за год выросло на 10% [4, 6].
Масштабы конкуренции	В 2024 году конкуренция обострилась из-за роста импортозамещения, изменений потребительских предпочтений и выхода на рынок новых игроков. Крупнейшими игроками, сохраняющими своё лидерство на российском рынке кофе на апрель 2023 – март 2024 года, являются производители Jacobs Douwe Egberts (JDE), Nestle, Группа компаний «ОРИМИ», Strauss Group и Food Empire. Их суммарные доли рынка в денежном и натуральном выражениях составляют 62,8% и 59,3%, соответственно. На рынке чая крупнейшими игроками являются Группа компаний «ОРИМИ», МАЙ-Foods, Ahmad Tea, Azersun Holding и Akbar Brothers. Их суммарные доли рынка в денежном и натуральном выражениях составляют 75,3% и 73,0%, соответственно.
Темпы роста рынка	Чай: умеренный рост (~3%), смещение в премиум. Ожидается рост на 2–4% в стоимостном выражении. Кофе: более динамичный рост (~6%), поддержанный изменением культуры потребления. Прогнозируется более высокий рост – 5–7% [4,5].
Стадия жизненного цикла	Рынок чая: стадия – «Зрелость». Так как: - низкие темпы роста (2–4% в год); - высокий уровень конкуренции, особенно в массовом сегменте; Рынок кофе: стадия – «Рост» (ближе к «Зрелости»): - устойчивые темпы роста (5–7% в год), особенно в сегментах зернового и капсульного кофе; - расширение аудитории за счёт молодёжи и распространения кофейной культуры (кофейни, домашние эспрессо-машины); - инновации в ассортименте (cold brew, локальные обжарщики) [4,8].
Средний уровень прибыльности (рентабельности) на рынке	Чайный рынок: масс-маркет – 5–10%, премиум – 15–20% Кофейный рынок: масс-маркет – 10–20%, премиум – 25–40% [5]

Направления	Характеристика
Барьеры входа-выхода	Высокие барьеры входа-выхода: конкуренция с крупными игроками зависит от импорта, логистические и валютные риски; строгие требования Роспотребнадзора, таможенные процедуры; консервативность потребителей, дороговизна оборудования; санкции усложнили закупки у традиционных поставщиков (Колумбия, Эфиопия); сложности с дистрибуцией – крупные сети требуют больших скидок, долгий выход на полки.
Направления и темпы технологических изменений в процессе производства и в создании новых продуктов	Чай: внедрение роботизированных линий для упаковки; использование контролируемой ферментации для новых вкусов (например, чёрный чай с эффектом «выдержанки в бочке»). Кофе: алгоритмы для контроля температуры и времени обжарки (особенно у спешелти-обжарщиков); холодное заваривание (cold brew) и нитро-кофе под давлением; прямые контакты с фермерами (Вьетнам, Бразилия) для уникальных партий; растительные альтернативы (овсянное, гороховое «молоко» в готовых напитках)
Степень дифференциации продукта	Чайный рынок сильно сегментирован, но в массовом сегменте конкуренция идет по цене, а в премиуме – по уникальности вкусов и происхождению. Кофейный рынок – высокая степень дифференциации.
Степень интегрированности организаций на рынке	Чай: Высокая степень вертикальной интеграции у крупных игроков. «Орими Трейд» (бренды Greenfield, TESS, «Принцесса Нури»): контролирует всю цепочку: от закупки сырья (плантации в Шри-Ланке, Индии) до фасовки и дистрибуции; собственные фабрики в России (Ленинградская обл.) и за рубежом. Горизонтальная интеграция: поглощение мелких брендов (например, «Орими» купила «Принцессу Яву» в 2010-х) Кофе. Вертикально интегрированные компании: - «Москва Кофе»: собственные обжарки, фасовка, сеть кофеен («Кофе Хауз»). - «Jockey» (растворимый кофе): завод в Ленинградской области, контроль логистики. Горизонтальная интеграция: слияния обжарщиков (например, «Paulig» и «Чёрная Кarta»); партнёрства с HoReCa [7,8].
Наличие масштаба	Чайный рынок – масс-маркет: крупные фасовочные мощности – компании вроде «Орими Трейд» и «Май» закупают чай оптом (десятки тысяч тонн), снижая цену за кг.; автоматизированное производство – роботизированные линии (например, Bosch) дешевле в пересчёте на единицу продукции. Кофейный рынок: растворимый кофе – максимальный эффект масштаба. Так как огромные заводы (например, «Якобс» в Ленинградской области) производят тысячи тонн в год. - Зерновой/молотый кофе – средний эффект: крупные обжарщики («Москва Кофе», Paulig) экономят на закупках зёрен. Но оборудование для обжарки (например, Probat) требует больших первоначальных вложений. - Спешелти-кофе – слабый эффект, так как микроростерии (например, «DoubleB») работают с малыми партиями (50–100 кг).
Игроки, имеющие сильные и слабые конкурентные позиции и их стратегии	Чайный рынок: <i>Лидеры:</i> «Май» (Unilever). Делает упор на премиальные сегменты (органический чай, фруктовые линейки); локализует производства в России; осуществляет усиление экспорта в СНГ. - «Орими Трейд». Стратегия - расширение ассортимента (травяные, функциональные чаи); развитие экпозиционирования; активная экспансия в СНГ. - Ahmad Tea. Поддержка имиджа «britанского качества», уход от ценовых войн, ставка на узнаваемость. Слабые позиции: «Сапсан» (бывший «Майский чай» после ребрендинга). Проблемы – потеря доверия из-за смены владельца (Unilever → «Сапсан»). Удерживает аудитории через агрессивные скидки. Кофейный рынок: - JDE (Jacobs, Tchibo, Carte Noire) (лидер в растворимом кофе). Стратегия: увеличение доли сегмента капсул и премиальных сортов, партнерства с HoReCa. - «Московская кофейня на паяхъ» (Paulig в РФ). Сильный игрок в зерновом и молотом кофе. Стратегия: акцент на «российское производство» (после ухода международных брендов). - Nestlé (Nescafé) (глобальный лидер). Стратегия: локализация цепочек поставок, упор на рекламу в digital.

Анализ рынка чая и кофе в России показал, что происходит рост объемов реализации чая и кофе на 2-4% и 5-7%, соответственно. В особенности активно развивается рынок кофе, прирост продаж готового кофе в 2024 году составил 13,08%, а готового чая 4,2% [4, 8].

На рынке ритейла кофе закрепляется тенденция внедрения «зон кафе» в торговых залах магазинов, а также кофейные решения с использованием профессиональных автоматических кофемашин, позволяющих покупателям самостоятельно готовить напитки без участия

бариста. Это обеспечило стабильное качество кофе, минимальное время приготовления и высокую окупаемость за счет снижения издержек

Рынок чая в большой степени находится на стадии «Зрелости» из-за низких темпов роста и высокой конкуренции, осуществляет переориентацию на премиум-сегмент. Оба продукта (чай и кофе) имеют высокую степень дифференциации благодаря различным типам сортов, методов сбора, обжарки, вкусов и упаковки. Конкуренция (среди поставщиков чая и кофе), а также барьеры входа на рынок являются высокими, что связано с наличием крупных игроков на рынке (группа компаний «Орими Трейд», «Май», «Ahmad Tea», JDE), сильной зависимости от импортеров чая и кофе (Индия, Шри-Ланка, Бразилия), логистических и валютных рисков, связанных с санкциями, а также с активным развитием импортозамещения и усиления позиций отечественных компаний («Московская кофейня на паях»), «Москва Кофе» и др.).

Конкуренция на рынке чая и кофе (производителей, обжарщиков, поставщиков конечных продуктов) достаточно сильная, может быть охарактеризована тоже как олигополия. Но, относительно компаний, представляющих сети кофеин и чайных, рынок является в большей степени свободным, с относительно низкими барьерами входа.

Однако стоит отметить, что ниша чайно-кофейных бутиков является не занятой – основные конкуренты пока слабо развиваются чайные форматы, особенно с привязкой к местной культуре. Для развития данной ниши требуется адаптация к сегменту гурманов и ценителей традиционной кухни, выявлена готовность рынка к премиальным продуктам (интерес к качественным чаям и кофе, а также тренд на локальный колорит).

Иновационные подходы включают автоматизацию процессов, разработку уникальных вкусов и повышение технологичности производств. В частности, внедрение роботизированных линий для упаковки чая и использование высокотехнологичных методов обжарки кофе способствуют улучшению качества и снижению себестоимости продукции.

Высокий уровень дифференциации продуктов отмечается на обоих рынках, особенно ярко проявляется в секторе премиум-класса,

где особое значение приобретают происхождение сырья и уникальный вкус продукта.

Крупные игроки рынка придерживаются стратегии вертикальной и горизонтальной интеграции. Так компания «Орими Трейд», осуществляет полный цикл производства чая и контролируют систему его сбыта.

Положительное влияние на прибыльность компаний оказывает масштабирование бизнеса. Этот фактор особенно заметен в секторе массового производства, где можно использовать эффект масштаба.

Лидерами российского рынка чая являются компании «Орими Трейд» и «Unilever». В сегменте кофе лидируют международные бренды «Jacobs», «Nestle». Компании, следующие за лидерами испытывают трудности работы в условиях высокой конкуренции и необходимости адаптироваться к меняющимся условиям рынка.

Резюмируя выше сказанное, можно сделать вывод о том, что движущими силами и тенденциями рынка чая и кофе в России являются:

- рост потребления чая и кофе;
- популяризация кофеен и мобильных точек продажи;
- увеличивается спрос на натуральные, органические, функциональные напитки (например, чайные напитки с имбирем, ягодами, витаминами);
- импортозамещение: санкционное давление и логистические трудности стимулируют рост доли отечественных производителей и брендов;
- рост себестоимости продукции: удешевление сырья (чай, кофе), упаковки и логистики вынуждает компании пересматривать ценоевые стратегии.

Заключение. Перспективы развития рынка чая и кофе в России остаются позитивными, несмотря на внешнеэкономические вызовы и насыщенность отрасли. По оценкам аналитиков, чай подорожает к концу 2025 г. на 25-35%, кофе – примерно на 15-20%, это связано с ростом стоимости сырья [9]. На фоне усиливающегося тренда на импортозамещение возрастает значимость отечественного производства и переработки сырья, что открывает возможности для локальных брендов укрепить позиции. Так местные производители наращивают производственные мощности по об-

работке и фасовке, используют экологичные технологии и заключают прямые контракты с фермерами. Это создает основу для дальнейшего развития в среднесрочной и в долгосрочной перспективе.

Ассортимент чая и кофе продолжит расширяться, появляются новые вкусы и комбинации ингредиентов. Ожидается переход потребителей на продукты локального производства, поддержка отечественных брендов и экологически чистых технологий выращивания растений.

Интеграция инноваций в производство и упаковку идет по пути внедрения передовых технологий упаковки и обработки сырья, направленных на сохранение свежести и полезных свойств продукта. Экологически чистая упаковка станет стандартом отрасли, удовлетворяя растущую потребность покупателей в экологичности приобретаемых товаров.

Повышение уровня осведомленности потребителя направлено на просвещение аудитории относительно особенностей производства и правильного выбора чая и кофе. Покупатели станут лучше разбираться в специфике каждого вида напитка, выбирая наиболее

подходящие варианты для своего здоровья и вкусовых предпочтений.

Развитие цифровой торговли требует улучшения качества доставки и логистики, особенно в удаленных регионах страны. Логистика должна стать быстрее, обеспечивая своевременное поступление свежих продуктов в магазины.

Для сохранения темпов роста компаниям рекомендуется развивать категории премиум-продуктов, предлагать новинки и уникальные сочетания вкусов.

Усилиению рыночных позиций способствует фокусировка на технологических инновациях и автоматизации производственных процессов.

Важным фактором успеха становится эффективное управление рисками, связанное с логистическими проблемами, колебаниями курсов валют и санкционными ограничениями.

Необходимо продолжать работу над укреплением бренда и привлечением внимания потребителей посредством эффективных маркетинговых кампаний и продвижения ценности натурального и полезного продукта.

Библиографический список

1. Грант Р.М. Современный стратегический анализ. – СПб., 2008. – 560 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. – М., 2006. – 454 с.
3. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов. – М., 1998. – 576 с.
4. Денисова Г. Кофейно-чайная зависимость страны. Есть ли возможность увеличить долю отечественного сырья на рынке горячих напитков// Агроинвестор. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.agroinvestor.ru>.
5. Ибрагимова Е.Ю., Суховеева Е.В. Динамика развития мирового и российского рынка кофе в 2019-2023 годах //Страховое дело.–2024 – № 11. – С. 3-11.
6. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>.
7. Диникова П.В. Особенности чайного бизнеса в России // Инновационные аспекты развития сервиса и туризма. – 2020. – С. 32-37.
8. Отпускные цены на зерновой кофе в России весной вырастут еще на 20%. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goo.su/HUZeE7>.
9. Россиян предупредили о резком подорожании чая в 2025 году. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/business/news/2025/03/17/25310258.shtml?utm_source=chatgpt.com&updated.

**STRATEGIC ANALYSIS OF THE RUSSIAN TEA AND COFFEE MARKET:
DEVELOPMENT TRENDS AND PROSPECTS**

T.V. Natalina, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

S.V. Petukhova, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

Novosibirsk State University of Economics and Management

(Russia, Novosibirsk)

Abstract. This article analyzes the current state of the Russian tea and coffee market, identifies development trends, and prepares a forecast in the face of high environmental uncertainty. The purpose of this article is to determine the prospects and development directions of the Russian tea and coffee market in this uncertain environment based on a strategic market analysis. This goal is achieved through the use of comparative, systemic, and strategic analysis methods, as well as information systematization and formalization techniques. The study identified macro- and industry-specific factors that have both positive and negative impacts on the development of the tea and coffee market, and a development forecast with practical implications was compiled.

Keywords: tea; coffee; industry factor analysis.