

Развивающееся гастрономическое направление спешелти-кофе: как выбор страны определяет вкус напитка

Developing gastronomic direction specialty-coffee: how choice of a country defines taste of a drink.

Еремичева Полина Юрьевна,
магистр

E-mail: apollinochka2000@gmail.com

Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет

Polina Eremicheva,
master

St. Petersburg State Economic University

Аннотация. Цель статьи — рассмотреть суть концепта «спешелти» кофе, ценность данной категории для потребителя, а также каким образом востребованность зерна и вкус напитка зависят от страны и влияет на выбор потребителя по дескрипторам. Кроме того, в работе раскрываются особенности соотношения возможностей стран-производителей и спроса на зерно на базе статистических данных, а также склонность потребителя к конкретным вкусовым особенностям в зависимости от части света и конкретных данных по импорту и экспорту. Метод исследования — комплексный подход к формированию целостного представления о культуре спешелти кофе, а также о вкусовых параметрах продукта в зависимости от географического расположения производственного центра, особенностей производственных процессов, климатических условий и способов поддержания природного влияния на кофейный плод. Результаты исследования — формирование понимания концепции и стимулирование позитивного отношения к осознанному потреблению. Заключение — суммирование полезных фактов о кофейном продукте высокой категории и выявление особо значимых направляющих факторов.

Ключевые слова: гастрономический туризм, кофе, кофейный продукт, спешелти кофе, дескрипторы.

Jel code: Z3, L83

Abstract. The purpose of the article is to consider the essence of the concept of “specialty” coffee, the value of this category for the consumer, as well as how the demand for grain and the taste of the drink depends on the country and affects the consumer’s choice by descriptors. In addition, the paper reveals the features of the correlation between the capabilities of producing countries and the demand for grain based on statistical data, as well as the consumer’s propensity to specific taste characteristics depending on the part of the world and specific data on imports and exports. The method is an integrated approach to the formation of a holistic view of the culture of specialty coffee, as well as the taste parameters of the product, depending on the geographical location of the production center, features of production processes, climatic conditions and ways to maintain the natural influence on the coffee fetus. The results of the study are the formation of an understanding of the concept and the stimulation of a positive attitude to conscious consumption. The conclusion is a summation of useful facts about a coffee product of a high category and the identification of particularly significant guiding factors.

Keywords: gastronomic tourism, coffee, coffee product, specialty coffee, descriptors.

1. ВВЕДЕНИЕ

В современном мире туризм представляет одну из экономических областей, которая стремительно развивается за счет альтернативных новых направлений. В числе таких тенденций гастрономия, являющаяся не просто базовой составляющей любого тура, а отдельным ответвлением, которое может характеризовать культуру дестинации или разнообразие предложений на рынке. Первостепенная мотивация современного туриста все чаще ориентирована на исследование ресторанных предложений. Так, многие посетители Санкт-Петербурга регулярно включают в список основных планов визит на известную барно-ресторанную улицу Рубинштейна. Данный пример подчеркивает, что разнообразие — ключ к интересу со стороны потребителя туристических услуг. В том же городе на Неве можно обнаружить целый ряд национальных направлений и инновационных концепций. Среди диковинных предложений встречается активно развивающаяся культура потребления кофе, которая стала неотъемлемой частью жизни среднестатистического Петербуржца и очаровывает гостей города.

Кофейная культура — базовая часть гастрономии во многих странах и регионах, по данным исследования Джеймса Хоффмана — автора всемирного атласа кофе, чемпиона мира среди бариста и популяризатора культуры высококачественного кофе, доход 125 млн людей по всему миру зависит от индустрии кофе (Hoffman J., 2018).

Известность кофе в качестве массово потребляемого напитка достигла и России. Кофейное зерно стало интересовать людей еще во времена правления Петра I, а самые первые кофейни в стране открывались уже в середине XVIII века (Culture.RF, 2019). В настоящее время культура приготовления и употребления кофе — одно из центральных и наиболее развивающихся направлений в области гастрономии Санкт-Петербурга за последние пять лет.

Однако, среднестатистическим коммерческим кофе современного потре-

бителя становится тяжелее удивлять, соответственно, все более востребованным на кофейном и гастрономическом рынке становится кофе «specialty» категории. Подобное название и качественная ориентация продукта появились в начале второй исторической кофейной волны, которая всколыхнула гастрономическую сферу в середине 1960-1970х годов. Многим известные кофейные компании-гиганты и специалисты области стали задавать и популяризировать более четкий тон потребления напитка. В то время стали обращать пристальное внимание в сторону качества и вкусового наполнения кофейного напитка, тогда как до этого периода общество интересовало простота приготовления.

Так, в 1978 году был введен в оборот термин «specialty coffee», отображающий исключительность категории в кофейном мире (East Brew, 2022). Данную идеологию задала Эрна Нантсен — легенда кофейной индустрии, женщина, которая впервые участвовала в каппинговых мероприятиях и путешествовала по миру с целью наладить дружественные отношения между фермерами с разных концов света и компаниями-экспортерами для введения в норму опыта потребления кофе, который сможет отразить культуру и посыл отдельных стран и континентов, а также расширить возможности для потребителей.

2. КАТЕГОРИАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Разница между коммерческим кофе и «specialty» в качестве. Первый тип товарной категории производится и продается в масштабных объемах и не проходит комплекс стадий подготовки, не требует строгой селекции, а в качестве результата не обладает высоким качеством, тогда как специальный кофе готовится из зерен, которые прошли стадию отбора и не имеют первичных дефектов, а количество вторичных дефектов не превышает пять позиций. Кроме того, зерну причисляется «specialty» уровень, когда пройден этап вторичной проверки — дегустации готового продукта. Более того, строгая оценка высокой категории кофе

определяется согласно шкале баллов по заданным всемирной ассоциацией «Specialty Coffee Association» критериям. Таким образом, лот повышенной категории должен набрать от 80 баллов, чтобы подтвердить уровень, тогда как лоты превышающие это число и достигающие порядка 90 баллов считаются уникальными по степени качественности. Как правило, лоты такого уровня не доходят до массовых рынков и допускается до обжарки в ограниченном количестве.

«Specialty» кофе в основном состоит из сортов робусты и арабики, подобные названия характерны для вида кофейных растений, чьи плоды обладают особой ценностью. Однако, всего 20% от арабики со всего мира может относиться к высококачественной. Примечательны и условия созревания таких зерен, так как растут они на высоте свыше нескольких сотен метров, им необходимо обилие солнечного света и осадков, а также приемлемый уровень кислотности почвы (Specialty.ru, 2021). Существует также средняя категория кофе, которая характеризуется как «fine commercial» и предполагает более качественный кофе массового потребления, который по оценкам экспертов не достиг уровня «specialty», но оказался более качественным чем первый тип.

Любые зерна соответствующей категории проходят через ряд стадий подготовки прежде чем станут полноценной чашкой кофе, а вид обработки обычно зависит от страны и региона, откуда родом зерно. Безусловно, определенная методология раскрывает привычный стране вкус зерен и кофейных ягод в разных пропорциях, интенсивности и ароматических спектрах (Manufactory, Obidina J., 2022).

3. ВКУСОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ: СТРАНОВОЙ АНАЛИЗ

Всего существует порядка 50 стран-поставщиков хорошего зерна на кофейный рынок и каждая из стран привязана к конкретной части света, что также является базовым фактором в вопросе определения вкусового направления.

Так например, Америка, которая известна кофейными культурами в Центральной и Южной частях, представляет весьма колоритный набор сортов. В Центральной области данной части света страны располагаются на весьма близком расстоянии, что послужило причиной единства вкусовых характеристик. Центральная часть Америки особенно сбалансированным вкусом и четким соотношением кислотности и фруктовых нот. Наиболее известными и продуктивными странами считаются: Коста-Рика, Гватемала, Гондурас и чуть менее популярный Сальвадор. Южная Америка у ценителей качественного кофе ассоциируется в первую очередь с Колумбией и Перу. Колумбия является одной из самых плодородных стран по производству кофе в мире (Tasty Coffee, Ahmetshina S., 2022). Колумбийский кофейный продукт отличается отчетливым сладким ароматом, сбалансированным мягким вкусом, в котором заключены цитрусовые, шоколадные и фруктовые нотки с добавлением кислинки. Перу в свою очередь известен гурманам как наиболее ровный по вкусовой палитре из всех вариантов зерна высокого качества. Не менее известной страной-представителем этой части света является Бразилия, которая производит около 37% от всего кофе в мире. Местный кофе весьма тяжелый при соприкосновении с рецепторами и богат орехово-шоколадными нотами. Своеобразная горечь и крепость напитка имеет прямое отношение к местному терруару. Плод вырастает на смеси перегона и вулканических пород, а также в стране используется солнечная система высадки деревьев, что напрямую влияет на базу вкуса в дальнейшем.

Кроме того, в качестве доступного и приемлемого поставщика кофе также выступают Африка и Азия. Данные дестинации наиболее разнообразные и яркие по колористике раскрытия вкуса. Африка известна широким выбором цветочно-фруктовых дескрипторов, повышенной кислотностью, ярко выраженным насыщенным вкусом. Многие любители знакомы с местным

кофе благодаря Эфиопии, которая включает в себе легкую чайную основу с фруктово-ягодным привкусом, а также высокий уровень кислотности. Исключая Эфиопию, популярным зерном считается Кения, Руанда и Бурунди. Если Кения также весьма кислая, но чистая и с легко читаемыми дескрипторами, то зерно из Руанды более сладкое за счет персиковых, виноградных, молочно-шоколадных нот. Для Бурунди же характерен тонкий аромат и сочетания более крепких дескрипторов, в числе которых: чернослив, лакрица, темный шоколад, яблоки, а кислотность обычно выражена.

Азиатский континент не так интересуется хорошим зерном российского потребителя, если оценивать спрос на него и уровень востребованности на рынке в России, а в особенности в центральных городах — Санкт-Петербурге и Москве. Однако, вьетнамское и индонезийское зерно — самое продаваемое. Как правило, данные направления зачастую обладают сложным букетом и сочетают в себе табачный привкус, орехи, карамель, специи и травы, какао и древесные ноты, а также характерный вяжущий привкус (RBA-Org.ru, 2019).

4. СТАТИСТИЧЕСКАЯ БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ *Рейтинг стран-производителей по всему миру*

На данный период развития кофейной индустрии лидирующие позиции в рейтинге стран-производителей стабильно занимают латиноамериканские

страны, а также Азия, несмотря на весьма скромный перечень активно занятых в данной сельско-хозяйственной области стран (Tasty Coffee, 2019). В числе первых восьми представителей латиноамериканского региона, с расчетом на количество проданных мешков кофе в тысячах, можно выделить Бразилию, Колумбию и Перу, тогда как от азиатского региона — Вьетнам и Индонезия. Остальные страны в числе первых представляют Америку и Африку. С учетом этих данных можно резюмировать, что более жаркий климат и плодородность местной почвы, исходя из этого более простые условия по поддержанию плантаций, влияют на непрерывное производство.

Важно проанализировать объем производства с точки зрения экспорта кофейных зерен в более конкретных показателях из основных стран-производителей. Данный анализ представлен на рисунке 1.

По данным на представленной выше гистограмме необходимо подчеркнуть, что масштаб производства играет ведущую роль, в связи с объемом экспортируемого продукта. Более того, на графике представлены цифры за последние 10 лет, что характеризует некоторую стабильность производства. Тем не менее, не стоит исключать и тот факт, что зерно из стран латиноамериканского региона часто остается на своих домашних территориях, так как страны-представители кофейной индустрии часто занимаются экспортом зерна друг другу, что предполагает наиболее выгодные условия

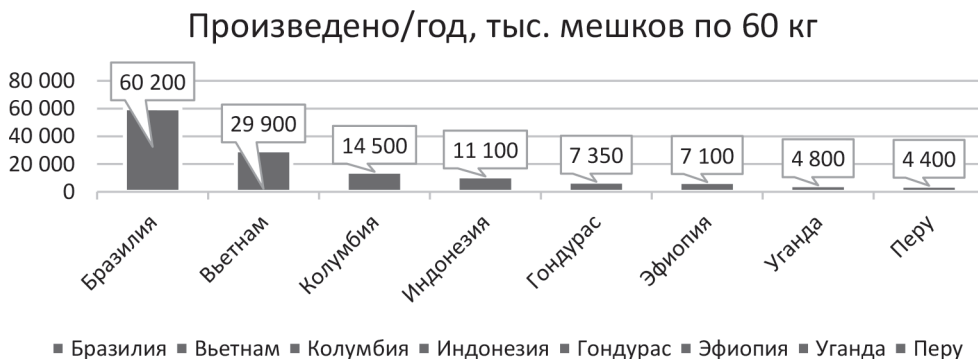


Рисунок 1. Произведено мешков кофе, тыс/60 кг



Рисунок 2. Рейтинг стран-производителей кофе

и позволяет финансовым массивам оставаться в регионе. Анализируя представителей культуры, было выявлено, что в тройке лидеров: Бразилия, Вьетнам и Колумбия, тогда как Эфиопия и Гондурас располагаются на весьма близких позициях друг от друга, но далеких от вершины рейтинга.

В дополнение важно выделить, что центровые по востребованности кофейного продукта страны — те, у которых кофейная область является одной из ведущих в сфере сельского-хозяйства или активно поддерживается государственными структурами. Важный пункт заключается и в том, чтобы страна могла обеспечивать территориальные ресурсы для масштабирования данной производственной сферы. Помимо того, нельзя исключать и сложную политическую ситуацию, эпидемии и экономический кризис. Отрицательная динамика экспорта не обошла Латинскую Америку, что снизило интенсивность производства и объем экспорта. В частности пандемия повлияла на человеческие ресурсы, нарушила слаженность действия логистических цепочек и привела экономику в значительный упадок, что поспособствовала снижению возможностей финансирования индустрии. Со стороны спроса важно отметить, что с каждым аналитическим этапом укрепляется стойкая позиция, связанная с тем, что потребителей интересуют более

крепкие и насыщенные вкусы, соизмеря с традиционными параметрами кофейного дела в представленных странах.

Исходя из представленных данных и подкрепляющей статистики, можно составить диаграмму по основным странам-производителям кофейного зерна повышенного качества в процентах для более наглядного представления.

По данным диаграммы необходимо подчеркнуть, что наименьшей востребованностью обладает кофе из Перу, предположительно из-за его ровного и стабильного вкусового букета. Индонезия и Колумбия заняли средние позиции в рейтинге, благодаря своим насыщенным фруктово-шоколадным и табачным нотам, тогда как на передовых позициях располагается Бразилия и Вьетнам (About Tea & Coffee, 2018).

Последствия тяжелой эпидемиологической обстановки повлияли на экспорт и импорт кофейного продукта, но ведущие страны остались при своих позициях. Подобная стабильность связана с тем, что вьетнамские власти активно взялись за вопросы реализации программы по преобразованию сельскохозяйственной сферы и кофейная область имеет поддержку со стороны государства в качестве составного элемента сферы. Однако, во Вьетнаме кофейное производство стало развиваться лишь в 1950-х годах, тогда как Бразилия вышла в число лидеров по продаже кофейного зерна уже в 1960-х.

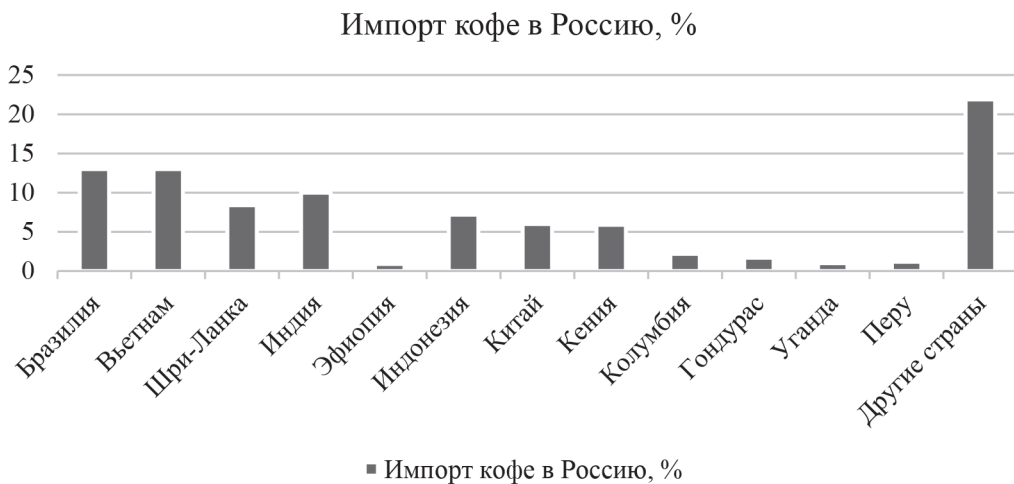


Рисунок 3. Импорт кофе в Россию (на 2021 год)

Производство кофе в Бразилии находится на стабильно высоком уровне за счет условий произрастания плода и площади кофейных плантаций, которые занимают 1/5 от целой площади государства.

Рейтинг стран-производителей по импорту в Россию

Рассматривая статистику импорта кофе и чая в Россию, в целом, по имеющимся данным портала «Ru-Stat» за период 2021 года, можно выявить, что процент кофе — 52%, что в значительной степени на данное время превышает процент чая, который составил 38% (Ru-Stat, 2021). Так, анализируя диаграмму, составленную на основе данных статистического портала, можно также оценить структуру импорта по странам.

По доступным данным с ресурса «Ru-Stat» можно выявить, что ситуация по импорту кофейного зерна в Россию не уступает общемировой, учитывая ключевых производителей продукта. Более четко процентное соотношение по кофейным товарам из разных стран отображено на рисунке 3.

Необходимо отметить, что с точки зрения общего анализа рейтинга среди стран-производителей кофе наблюдается та же ситуация, что и со стороны импорта кофе в Россию, так как лидирующие

позиции занимают Бразилия (13%) и Вьетнам (13%), что подчеркивает стабильность местной кофейной культуры и особый спрос со стороны потребителей по всему миру. Наименьшей популярностью обладает кофейный продукт из Перу (1,2%) и Уганды (1%). Следовательно, на основе показателей можно выделить более высокий интерес потребителей к крепости и тяжести напитков со вкусовым профилем, который базируется на орехово-шоколадной, карамельной и табачной гамме, что чаще всего соприкасается с древесными нотами и умеренно вяжущим привкусом. Подобные сочетания характерны для арабики, выращенной в стандартных климатических условиях для Бразилии и Азии. В то же время, потребителей меньше всего интересует Перуанская сдержанность и легкость в тропической гамме и кислотности кофейного продукта из Уганды. Важно понимать, что кофе из Перу имеет ровный и сбалансированный вкус, который в сравнении со сложным букетом и роскошным подбором грубых и насыщенных дескрипторов Бразильского и Вьетнамского кофе является менее увлекательным гастрономическим опытом для ценителей кофейного дела. Уганда, которая занимает 1% обладает особенностью, которая также

существенно влияет на выбор, но не становится на один уровень по вкусовым характеристикам с Перуанским продуктом. Ключевая тонкость заключается в том, что в стране выращивают преимущественно селективные смеси разных сортов арабики, что должно положительно сказываться на раскрытии вкусового профиля. Однако, чем более темную обжарку выбирает мастер, тем меньше кислотности и больше горечи обретает конечный продукт. Угандийский кофе обладает весьма яркими характеристиками за счет разнообразного терруара, а также по причине того, что местные фермеры используют минимальное количество удобрений, что сохраняет высокую натуральность и чистоту продукта. Допустимо предположить, что Уганда не обладает таким количеством плантаций, как Бразилия и кофейная отрасль сельского-хозяйства носит либерализованный частный характер, тогда как во Вьетнаме кофейное производство активно поддерживается государством.

5. ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА ВКУС НАПИТКА

Несомненно, отправной точкой в определении кофейного качества считается терруар и климат в рамках определенной местности. Терруар (от фр.яз. «грязь», «почва») — частично переменная, совокупность целого ряда мельчайших природных условий, в которых рос кофейный плод, а климат в данном случае — постоянное (August Coffee, 2022). Терруар отчасти поддерживается и контролируется фермерами, тогда как климат, в глобальных соотношениях, может меняться и влияние на него извне невозможно, учитывая данные знания, можно отметить, что интенсивность солнечных лучей и высота, на которой растут деревья, являются векторами в отношении развития плода. Естественно, что базовым фактором считается высота произрастания кофейных деревьев, так как кофейное зерно — резервуар для сохранения полезных химических свойств, которые служат основой для определения потенциала зерна: его вкуса

и аромата в качестве готового продукта (Cafe To, 2019).

Не менее важным периодом в жизненном цикле кофейного зерна считается его обработка, которая выполняется специалистами-фермерами. Существует пара стандартных методов обработки, каждый из которых влияет на направление движения полезных свойств кофейного зерна и определяет склонность вкусовой наполненности. Так, например, сухой метод, который является наиболее натуральным видом обработки, предполагает сушку зерна внутри самой его ягоды. Как следствие, подобный метод приводит к тому, что конечный результат будет обладать более плотным вкусовым профилем и повышенной сладостью, так как все полезные вещества из ягоды мигрируют в само зерно. Подобный процесс обработки является наиболее часто практикуемым в мире. Чуть менее активно используется метод мытой обработки, при которой с помощью механических манипуляций удаляется тело ягоды, а зерно высушивается в пергаментной оболочке с использованием большого количества воды, что способствует чистому вкусу и повышенной кислотности напитка (RBC, 2022).

Следовательно, решающим аспектом с точки зрения определения конечного вкусового результата и выявления более ярких оттенков и нот кофейного продукта выступает обжарка. Данный процесс является закрепляющим при формировании вкусовых характеристик напитка, так как в процессе обжарки раскрываются присущие конкретному зерну особенности. Метод термической обработки кофейных бобов напрямую определяет вкусовые и ароматические свойства конечного результата. Важно понимать, что наиболее часто встречающийся сорт — арабика обладает наименьшей крепостью, но и более прихотлива. К тому же процесс обжарки зерна предполагает, что чем дольше и интенсивнее процедура, тем крепче и насыщеннее будет напиток. Однако, при обжарке зерна теряется кофеин, в связи с чем самый темный тип кофе менее наполнен им нежели светлые зерна.

6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В качестве итога важно выделить, что страна произрастания кофейных зерен — первый шаг на пути определения примерного вкусового спектра напитка, так как начальной точкой является местный климат, инфраструктура, возможности и условия, созданные при помощи человеческих и природных ресурсов. Дальнейшее направление

в развитии вкусовых оттенков задает выбранный способ обжарки. Таким образом, со стороны спроса можно судить о том, что плотность и насыщенность по дескрипторам кофейного напитка влияет на интерес современного потребителя в рамках кофейной индустрии, но не стоит упускать и массовость кофейной культуры определенной страны.

7. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Hoffman J. “The World Atlas of Coffee. From grain to cup.” A complete guide to producing countries, varieties and cooking methods. — St. Petersburg: Palmyra, 2018.
2. Online store of fresh coffee “Tasty Coffee”. Article “Cofinet: Producer and exporter of Colombian coffee”. — Access mode: <https://shop.tastycoffee.ru/blog/kak-proizvodyati-eksportiruyut-kolumbijski-specialty-kofe>, free. — (Date of application: 10.10.22).
3. Online store of fresh coffee “Tasty Coffee”. Article “Coffee production in the world: which countries occupy leading positions”. — Access mode: <https://shop.tastycoffee.ru/blog/lideri-po-proizvodstvu-kofe>, free. — (Accessed: 09.10.22).
4. Information portal “All about tea and coffee”. Article “The world’s largest coffee producing countries”. — Access mode: <https://about-tea.ru/strany-proizvoditeli-kofe/>, free. — (Accessed: 08.10.22).
5. Quality coffee marketplace “Specialty.ru”. Article “Specialty coffee — what is it and why is it special?”. — Access mode: <https://specialty.ru/blog/pochemu-speshialti-kofe-osobennyj/>, free. — (Accessed: 09.10.22).
6. Online portal “Culture.RF”. The article “When did coffee shops appear in Russia?”. — Access mode: <https://www.culture.ru/s/vopros/kofeynya/>, free. — (Accessed: 09.10.22).
7. Portal of the countercultural coffee roasting company “Manufaktura”. Article “Taste characteristics of different countries”. — Access mode: <https://manufactorycoffee.ru/kofevraznyhstranah>, free. — (Date of application: 11.10.22).
8. Portal of the Russian Barista Association “RBA-Org.ru”. The article “What is the difference between coffee from different countries of the world and why is it different?”. — Access mode: <https://rba-org.ru/2019/05/13/chem-otlichaetsya-kofe-iz-raznyx-stranmira-i-pochemu-on-raznyj/>, free. — (Date of application: 10.10.22).
9. The portal of the company “August coffee”. Article “Coffee terroir and its influence on the taste of coffee”. — Access mode: https://augustcoffee.ru/blog/hochu_znat/kofeynyu-terruar-i-ego-vliyanie-na-vkus-kofe/, free. — (Date of application: 11.10.22).
10. Portal of the coffee supplier company “Cafe To”. The article “What is a terroir and how does it affect the taste of coffee?”. — Access mode: <https://cafeto.ru/blog/teoriya-kofe/terruar-chto-eto-i-kak-on-vliyaet-na-vkusovye-kharakteristiki-zerna/>, free. — (Date of application: 11.10.22).
11. Statistical resource on exports and imports of Russia by goods and countries “Ru-Stat”. — Access mode: <https://ru-stat.su/date-Q202104-202104/RU/import/world/0209>, free. — (Date of application: 11.10.22).
12. The collective project “RBC Life” about leisure. Article “Types of coffee: varieties, roasting, cooking methods”. — Access mode: <https://www.rbc.ru/life/news/62cc7e939a794762c184139b>, free. — (Date of application: 11.10.22).
13. Traditional coffee marketplace “EastBrew”. Article “Hurry coffee. What is it about?”. — Access mode: <https://eastbrew.com/journal/speshelti-kofe/>, free. — (Accessed: 08.10.22).