

КАЧЕСТВО И АССОРТИМЕНТ ЧАЯ, РЕАЛИЗУЕМОГО В г. МИНСКЕ

Ржеусская М.И., Дубовик Е.В., Кушнерук М.А.

Белорусский государственный экономический университет

Чай является одним из самых популярных напитков на планете. По прогнозам ФАО/ВОЗ мировое производство чая в ближайшие 5 лет будет увеличиваться в среднем на 2,8 % в год и в 2005 году составит 2,681 млн. т, а потребление — 2,669 млн. т. Ожидается, что потребление чая в ближайшие годы будет быстро расти в странах бывшего союза, не явится исключением и РБ.

Так, если в 1995 году потребление чая в республике составило 2,4 тыс. т, то к 1999 году эта цифра выросла до 4,34 тыс. т, т.е. потребление чая за этот период возросло более чем в 1,8 раза. Казалось бы следовало радоваться, что спрос на чайном рынке РБ удовлетворяет потребителей, но, к сожалению, только в количественном отношении, но не в качественном. Белорусский рынок чая, как составная часть мирового рынка, зависит от мирового производства и импорта этого продукта. Крупнейшими производителями чая являются Индия, Шри-Ланка, Индонезия, Китай, Кения, Зимбабве и Бангладеш. За последние 12 лет мировое производство черного и зеленого чая возросло почти на 33 % и по данным Международного чайного комитета в 1998 г. достигло рекордного показателя в 2,963 млн. т, благодаря высокому урожаю в Индии, Шри-Ланке и Кении. Одновременно возрос и экспорт чая и в 1998 г. он достиг рекордной величины — 1,265 млн. т. Импорт чая составил 1,216 млн. т, при этом в Россию было ввезено 150 тыс. т, а в страны СНГ (в т.ч. и РБ) — 180 тыс. т. Крупнейшим поставщиком чая в СНГ является Индия, ее поставки составили почти 30 % импорта всего индийского чая, а второй по объемам поставки — Шри-Ланка.

Так как большая часть импорта чая приходит в Белоруссию из России или через нее, то ситуации на рынке чая в республике во многом определяется тенденциями, имеющими место на российском чайном рынке. На белорусском рынке чая возрастает доля импортного чая, расфасованного на российских чаеразвесочных фабриках и в 1998 г. составили около 30 %. Сегодня поставками чая на белорусский рынок на постоянной основе занимается порядка 10-12 фирм, которые предлагают широкий ассортимент чая хорошего качества. Среди таких компаний можно выделить МП “Энергия”, ООО “БелИмпра”, ООО “Жаманок”, ЗАО “Венус”, ЗАО “А1”, ООО “Белавалонторг” и др. Наиболее прочные позиции на рынке качественного чая в республике, пожалуй, у МП “Энергия” (25 % рынка качественного чая). Компания МП “Энергия” занимается прямыми поставками чая “Ahmad Tea” в РБ с 1994 года и предлагает потребителю широкий выбор различных сортов чая. Около 31 наименования черного и зеленого чая и 18 наименований ароматизированных пакетированных чаев (с корицей, манго, персик и др.). Отличаются чаи этой фирмы и разнообразной упаковкой, красочно, художественно оформленной. МП “Энергия” является единственной в Беларуси фирмой, качество поставляемого товара которой подтверждено серийным сертификатом качества Гос. Комитета стандартизации и метрологии РБ.

Импортером другой известной марки чая “Импра” является ООО “БелИмпра”, представляющей около 24 наименований чая, черного и зеленого байхового

чая, пакетированного ароматизированного и неароматизированного. Представительство этой компании есть во всех областных центрах республики.

Распространением чая фирмы "Май" на территории Беларуси занимается ООО "Жаманок", предлагающее 21 наименование чая, среди которых есть крупнолистовые и резаные чаи различных категорий. Поставками чая на белорусский рынок всемирно известной марки "Dilmah" занимается ЗАО "Белаволанторг"; ЗАО "А1", ЗАО "Венус", ЧП "Карпович". Дополняют поставки чая на белорусский рынок фирмы, подключающиеся к этому бизнесу время от времени, такие как ЗАО "Хартия", ПКП "Конскюлор-продукт", ПКФ "Дина", ЗАО "Тропические фрукты" и др.

Однако наиболее широкую товарную нишу на сегодняшний день занимают не самые дорогие чаи, но вполне приемлемого качества. Петербургская фирма "Орими-Трейд" занимает одно из самых крепких позиций на сегменте рынка чаев (32%). Принцессу Нури, Принцессу Канди, Принцессу Гита и Принцессу Ява сегодня можно купить как в любом супермаркете или в магазине, так и на рынках города. Хорошо закрепились на этом сегменте торговые марки "Brook Bond", Беседа, чай "Императорский". Этому сегменту рынка характерно наиболее динамичное насыщение и рост. Во многом это происходит благодаря смещению структуры продаж в пользу марок чая, фасуемых в России (тамошняя чаеразвесочная промышленность три года назад прошла процесс приватизации и затем модернизации производства).

Уже сегодня одному из первых мест на рынке рассматриваемого сегмента занимает товар фирмы ООО "Юта и Юна" (г.Москва) — чай "Императорский" (индийский, целонский, юнь-нанский).

Завили о себе на белорусском рынке чаи таких российских фирм, как ЗАО "Московская чаеразвесочная фабрика" (чай индийский со слоном), ЗАО "Московский чай", Северо-западная чайная компания, "Никитин" и др. В этой нише сегмента рынка позиционируются (находятся) и чаи торгового дома "Sunply", но они уступают по качеству своим конкурентам.

К сожалению, на оставшейся довольно большой части рынка господствуют многочисленные малоизвестные марки чая, нередко сомнительного качества. Производство такого чая в России приняло широкие масштабы, что не могло не отразиться и на белорусский рынок. Появление фальсифицированного чая на белорусский рынок остается довольно распространенным явлением и зависит от ряда причин. Так, например, соперничество между чаеразвесочными фирмами и фирмами-поставщиками чая в расфасованном виде привело к повышению пошлин на чаи, ввозимые уже в потребительской упаковке, что снизило предложение иностранного фасованного чая, как правило, более качественного. Снижение в 1999 году российского импорта чая из Индии, Шри-Ланка и наличие в России значительных запасов низкокачественного турецкого чая привели к увеличению доли чаев сомнительного качества произведенных неизвестными фирмами, которые затем поставлялись на белорусский рынок.

Следует отметить, что в зависимости от места покупки цена на одну и ту же марку чая может быть разной. Как правило, универсамы устанавливают цены на чай на 25-30% выше, чем продают такой же чай на рынках. Однако во всех случаях качество чая в универсамах или магазинах подтверждено сертификатом происхождения и соответствия, чего нельзя сказать о коммерческих киосках в городе и на рынке.

На примере универсама "Тродно-супер" был изучен ассортимент чая, динамика реализации и проведен социологический опрос покупателей универсама по вы-

явлению особенностей спроса на чай. Опрос проводился в апреле 2000 г., в нем приняло участие 127 респондентов.

Опрос показал, что 63,6 % респондентов предпочитают покупать чай на рынке, 27,2 % покупают чай в коммерческих киосках и лишь 9,2 % — в универсаме, что, очевидно, связано с разной ценой. Это предположение подтвердило 55 % опрошенных респондентов, которые указали, что критерием при выборе чая является цена. Для 26 % опрошенных главным при выборе чая оказалось его качество, 15 % респондентов определяющим фактором является его известность, а 4 % — красочность упаковки. Опрашиваемая группа покупателей оказалась довольно консервативной в своих вкусах, 71 % опрошенных постоянно покупают чай одной марки, а для 29 % — марка чая не имеет значения. Среди торговых марок чая у респондентов наибольшей популярностью пользовались чай: Принцесса Нури (21 %), Принцесса Гита (13 %), “Золотая чаша (10 %), Dilmah (11 %), Brook Bond (8 %), Цейлонский (7 %) и Индийский чай со слонем (5 %). 42 % респондентов отдают предпочтение крупнолистовым чаям, резаные чаи менее популярны, их употребляют 28 % опрошенных. Довольно велико число покупателей гранулированных чаев — 17 %, а для 13 % опрошенных не имеет значения вид чая.

Наибольшей популярностью пользуется чай, расфасованный по 100 г, его предпочитают покупать 51 % опрошенных, 15 % — в упаковке по 250 г четверть респондентов хотела бы покупать чай в упаковке более 250 г. Наименее популярна расфасовка чая по 50 г — 9 % опрошенных.

33 % опрошенных регулярно покупают зеленый чай, остальные респонденты покупают зеленый чай иногда, но все же отдают предпочтение черному байховому чаю.

Широта выбора чая в универсаме абсолютно не устраивает 90 % опрошенных, только 27 % опрошенным приходилось когда-либо приобретать чай в универсаме “Гродно-Супер”, при этом 2/3 из них оставались недовольны качеством покупки. Судя по результатам опроса только 57 % из опрошенных респондентов оказались регулярными посетителями универсама “Гродно-Супер”, 30 % чаще покупают чай в универсамах “Нарочь”, 13 % — в универсамах “Таллин” (близлежащие универсамы).

Анкетный опрос показал, что ценовой фактор при покупке чая играет ключевую роль, что интерес у потребителей к зеленому чаю возрастает, однако на нашем рынке он представлен узким ассортиментом, значительно шире представлен ассортимент черного байхового чая, возрастает интерес к гранулированному чаю (с. т. с), т.к. многие потребители отождествляют быстрообразующийся темный настой с хорошим качеством.

Для исследования качества и определения конкурентоспособности ряда сортов черного байхового чая, позиционированных на рынке Беларуси, было выбрано 6 образцов: Ahmad Tea, Принцесса Нури высокогорный, Принцесса Канди медиум, Brook Bond, чай индийский со слонем, Dilmah Top Tea.

Ahmad Tea категории О.Р. — цейлонский (в/с) листовый, упакован в Шри-Ланка Великобритания.

Принцесса Нури высокогорный — цейлонский, категория В.О.Р. в/с резаный, упакован в Шри-Ланка специально для фирмы Брилли Трейд.

Принцесса Канди медиум — цейлонский чай, категории В.О.Р., в/с резаный, упакован в Шри-Ланка для фирмы Брилли Трейд.

Brook Bond — индийский чай, производитель Индия, вид чая, сорт (категория) на упаковке не указаны, написано только: “Крепкий тонизирующий чай”.

Чай индийский со сломом — индийский мелкий, 1с; производитель — ЗАО Московская часрезвесочная фабрика.

Dilmah Top Bru — цейлонский листовый, без указания категории чая, адрес производителя и вся информация указана на английском языке.

Исследования показали, что Ahmad Tea действительно относится к в/с и заметно отличается от других исследуемых образцов высокой экстрактивностью (38,3 %), большим содержанием танина (12,6 % в пересчете на сухое вещество). Чайники чая хорошо скручены, без мелочи, с хорошо выраженным ароматом, приятным терпким вкусом, настой прозрачный, интенсивный, с красноватым оттенком и ярко-медным, однородным цветом разваренного листа.

Сорту чая “Принцесса Нури” высокогорный характерен нежный цветочный аромат, полноту вкуса обусловило довольно высокое содержание танина (10,9 % в пересчете на сухое вещество), прозрачный яркий цвет, с бордовым оттенком. Однако, наличие мелочи, неравномерность цвета разваренного листа и 34,9 % экстрактивных веществ не позволяет отнести этот чай к в/с.

Принцесса Канди медуи, как и Принцесса Нури не соответствует в/с. Использовалось сырье более грубое. Исследованиями установлено, что содержание экстрактивных веществ в чае составило 31 %, а танина — 9,8 %.

Внешний вид чая (уборка) содержит не очень однородные чайники, встречаются одревесневшие включения, цвет чайнок светло-черный с различными оттенками; настой прозрачный, недостаточно яркий, средний. Аромат и вкус чая недостаточно выражены, но без посторонних тонов, вкус несколько пустой, цвет разваренного листа неоднородный, коричневый. Исследование подтвердили, что для производства сорта чая Принцесса Канди медуи использовалось сырье более грубое и менее экстрактивное, что установлено стандартом для 1 с.

Чай Brook Bond по результатам исследования можно отнести к 1 с (на упаковке сорт не был указан). У чая выраженный цветочный аромат, вкус средней терпкости, недостаточно полный, настой прозрачный, насыщенный, и с коричневым оттенком, цвет разваренного листа достаточно однородный, коричневого цвета без оттенков, чайники сухого чая недостаточно скрученные и неоднородные по размеру. Чай содержал 31,7 % экстрактивных веществ, в т.ч. танина — 11,3 %.

Давно всем известный сорт чая Индийский со сломом вновь подтвердил свое качество и вполне соответствовал 1 с. Он содержал 34,1 % экстрактивных веществ, в т.ч. танина — 11,8 %. Чайники сухого чая ровные, черного цвета, скрученные, не содержали практически мелочи и включений. Вкус недостаточно терпкий, но без посторонних тонов, аромат выражен, цвет настоя прозрачный, интенсивный со слегка коричневым оттенком, цвет разваренного листа светло-коричневый, недостаточно однородный.

О чае Dilmah Top Bru можно сказать, что это — фальсифицированный чай, очень низкого качества и не соответствовал даже 3 с.

Он содержал 27,6 % экстрактивных веществ, 7,8 % танина, вкус пустой, слабый аромат с запахом прелого сена, зеленый оттенок у цвета разваренного листа, настой ниже среднего, прозрачный с коричневым оттенком. Чайники сухого чая неоднородные коричневого цвета с сероватым оттенком, плохо скрученные (пластинчатые). Столь низкое качество чая заставляет усомниться в подлинности

его происхождения, Компания MJFGroup (производитель марки Dilmah) всегда отличается хорошим качеством своей продукции.

Для качества чая очень важен показатель влажности. Все сорта чая по этому показателю соответствуют требованиям НД (не более 7 %) и содержание влаги составило менее 7 % и лишь чай Dilmah Top Tea содержал 14,3 %. Он был куплен в коммерческом киоске у железнодорожного вокзала, очевидно, несоответствующие условия хранения привели к повышению влажности.

При оценке уровня конкурентоспособности исследуемых образцов за эталон был принят чай Ahmad Tea. В результате проведенного экспертного опроса покупателей было выбрано 5 потребительских критериев (внешний вид, дизайн, информативность, вкус и аромат, настой, цвет разваренного листа), по которым оценивалась конкурентоспособность.

Самыми высокими групповыми показателями конкурентоспособности, по результатам оценки, обладает чай "Принцесса Нури" — 0,8888 и Индийский со слонем — 0,9104, а самым низким — Dilmah Top Tea — 0,4150. Единичные показатели конкурентоспособности выше единицы у чая Принцесса Нури, Принцесса Канди и Индийский чай со слонем, а по показателю "дизайн" чай Принцесса Канди опередил даже образец — эталон.

Однако интегральный показатель конкурентоспособности, который еще учитывает и стоимость продукта, оказался самым высоким у чаев Принцесса Канди — 2,95 и Brook Bond — 2,43, а самый низкий — у Dilmah Top Tea — 1,27. Оказалось, что покупая чай Dilmah потребитель переплачивает примерно 42,5 % реальной стоимости.

Белорусский рынок достаточно насыщен чаем по объему и ассортименту.

Однако для рынка чая Беларуси в настоящее время имеет большое значение не столько его количественное насыщение, сколько его качество.

Следует более широко внедрять в реализацию зеленый чай, обладающий лечебными свойствами, столь необходимыми жителям РБ.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ

Смольская А.О.

Белорусский государственный экономический университет

Наука о питании позволяет утверждать, что пища — один из важнейших факторов, определяющих здоровье людей.

В настоящее время нет сомнений в том, что продукты питания должны не только удовлетворять физиологические потребности организма человека в пищевых веществах и энергии, но и выполнять профилактические и лечебные цели.

Несмотря на то, что ассортимент основных видов молочных продуктов остается неизменным, в РБ постоянно ведутся работы по его совершенствованию, оптимизации, а также рационализации состава молочных продуктов. Совершенствуются технологии продуктов, повышается их качество, биологическая ценность и санитарная безопасность.