

ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА, РЫНКА И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЕМНОГО ПИВА

Пивоваренная промышленность является динамично развивающейся и высококонкурентной отраслью национальной экономики. В последние годы темпы производства и потребления пива замедлились, а в связи с введением новых требований к пивоваренной продукции и способам ее продвижения происходят и качественные изменения рынка.

Цель исследования — провести экспертизу качества и оценить конкурентоспособность темных сортов пива разных производителей и поставщиков, реализуемого в розничной торговле города Минска, а также оценить маркетинговую ситуацию в отраслевом и товарном разрезе. Исследованию были подвергнуты 12 образцов темного пива, которые находились в однородных товарном и ценовом сегментах. В результате исследования было установлено, что по органолептическим и физико-химическим показателям (высота и стойкость пены, крепость, кислотность) все исследуемые образцы соответствовали требованиям ТИПА. При этом колебания по цвету находились в пределах от 3,1 у «Лидского Бархатного» до 5,6 ц. ед. у «Велкопоповицки Козел», а кислотность от 1,9 у «Златы Базант Черне» до 4,1 к. ед. у «Лидского Портер». Пенообразование колебалось в более широких пределах, а максимальная высота пены была установлена у «Стара Пивнице» и «Велкопоповицки Козел» — 104 и 100 мм соответственно, минимальная — у «Вечер в Брюгге» (50 мм). Пеностойкость составила от 3,5 мин у «Свисс Блэк» до 9 мин у «Лидского Портер». Комплексная оценка в баллах исследуемых образцов находилась в пределах от 18,6 у «Вечер в Брюгге» до 24,6 — у «Златы Базант».

Маркетинговые исследования рынка пива заключались в проведении общего анализа конъюнктуры мировых рынков и рынка Республики Беларусь, SWOT-анализа белорусского рынка пива.

Оценка конкурентоспособности темного пива разных производителей проводилась на основе специально разработанных шкал по упаковке, маркировке и качественным параметрам, с использованием модифицированной матрицы Нильсена и компьютерной программы, разработанной на кафедре товароведения продтоваров. В результате исследования было установлено, что комплексный обобщенный показатель по качественным параметрам колебался в пределах от 0,82 у «Вечер в Брюгге» до 0,98 у «Стара Пивнице». Индекс конкурентоспособности, рассчитанный с учетом экономических параметров и известности торговой марки, показал свое наибольшее значение у образцов «Лидское Портер», «Аливария Портер» и «Стара Пивнице».

В результате проведенных исследований также определены общие тенденции мирового и национального рынка пива, потенциал белорусского рынка темного пива, а также его отдельных товарных сегментов и популярных торговых марок. В результате СВОТ-анализа установлено, что основными конкурентными преимуществами белорусских пивоваров является хорошее состояние собственной сырьевой базы, стабильное и достаточно высокое качество пива при конкурентоспособной цене, а основными факторами угроз — снижение платежеспособного спроса, давление на рынок зарубежных производителей темного пива.

*А. В. Локтев, канд. техн. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА ЗЕЛЕНОГО ЧАЯ

Чай является одним из самых древних и популярных в мире напитков и традиционно занимает важное место в структуре потребления населения нашей страны. Ассоциация диетологов США включила зеленый и черный чай в перечень важнейших функциональных продуктов питания, которые регулируют обмен веществ, обеспечивают необходимый водный баланс и другие важнейшие функции организма.

По данным статистики, спрос на зеленый чай растет более быстрыми темпами, так как, по мнению ученых, он имеет более высокую биологическую ценность, полезные свойства и лечебный эффект.

Согласно прогнозам ФАО ВОЗ на 2016 г., увеличение производства зеленого чая прогнозируется на уровне 4,5 % в год, значительно опережая черный — 1,9 %. Только в Китае в 2017 г. планируется выработка 1,3 млн т зеленого чая в очень широком ассортименте, который доминирует в структуре продаж и в нашей стране.

В то же время расширение ассортимента, круга производителей и поставщиков, увеличение товарных сегментов и значительная дифференциация по ценам создают проблему появления некачественного чая, случаев его фальсификации. Определенной проблемой, по нашему мнению, следует также считать и разнообразие ТНПА на чай и чайную продукцию, в которой важные качественные параметры отданы на откуп производителю.

Вследствие этого целью нашей работы являлось исследование качества и конкурентоспособности зеленого чая разных производителей и поставщиков, реализуемого в розничной торговле города Минска. Проведены маркетинговые товарно-рыночные исследования чая.

В качестве образцов для исследования были выбраны популярные марки зеленого чая 14 наименований, а также 6 наименований