

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 663.95:339.13.012.42

Батурина Н.А., Носов Д.В.

ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ЧАЯ

В статье рассмотрен российский рынок чая и тенденции его развития, приведена динамика производства черного и зеленого байхового чая (в упаковках массой не более 3 кг) в России за 2010-2014 гг., охарактеризованы основные компании-производители чая.

Ключевые слова: чай, рынок чая, производители чая.

Чай относится к одним из самых распространенных тонизирующих напитков в мире. Родиной чая считается древний Китай, а «второй родиной» чая признана Шри-Ланка. В современных условиях производство, продажа и потребление чая приобрели глобальный характер. Мировое производство чая уже в начале XXI века приблизилось к 3 млн тонн в год и в настоящее время продолжает расти. Две трети этой массы потребляется в самих странах-производителях чая, прежде всего в Китае, Тайване, Японии, Индии, и около 1 млн тонн чая поступает на мировые рынки.

В настоящее время в промышленных масштабах чай выращивают 35 стран мира. Основными производителями чая являются: Индия, Китай, Шри-Ланка, Япония, Индонезия, Кения, Турция. Самым крупным производителем и экспортером чая в мире, где выращивают не китайское чайное растение, а собственную ассамскую разновидность чайного растения, дающую более ароматный и вкусный чай, является Индия, на долю которой приходится 29%, на втором месте – Китай (22 %), производящий чайную продукцию самого широкого ассортимента, третье место в мире по производству и второе место по экспорту чая занимает Шри-Ланка (более 9 %).

Некоторые из стран, имеющих свои чайные плантации, такие как Япония, Турция, Иран, Пакистан, ЮАР, постоянно пополняют свой внутренний рынок импортным чаем. Другие страны-производители чая (Шри-Ланка, Кения и несколько других стран Африки, а также Аргентина, Бразилия, Перу, Эквадор) не имеют у себя массового потребителя и ориентируют свою чайную индустрию более всего на экспорт. Крупнейшими закупщиками чайного товара являются Англия, Россия, США, Канада, Украина.

В нашей стране чай выращивают только в Краснодарском крае, где культивируют морозостойкие китайские сорта *Thea Sinensis*. Поэтому производство чая первичной обработки осуществляется в Краснодарском крае. Основная доля потребляемого в России черного байхового чая (свыше 80 %) купажируется и расфасовывается внутри страны, меньшая доля (около 20 %) приходится на зарубежные компании. Основным поставщиком чая в Россию является Шри-Ланка, на долю которой в среднем приходится 32,5% в натуральном выражении от общего объема поставок продукции в страну. Производственные мощности по расфасовке чая в нашей стране сосредоточены в Центральном Федеральном округе – Москве и Санкт-Петербурге, Московской и Ленинградской областях. Крупнейшими российскими производителями являются ООО «Орими Трейд», ЗАО «Компания «Май», ООО «Яковлевская

чаеразвесочная фабрика», ООО «Юнилевер Русь», ООО «Фабрика АХМАД ТИ». В современных условиях предприятия чайной промышленности нашей страны работают достаточно стабильно [7].

По объемам потребления Россия (по подсчетам ассоциации «Росчайкофе») занимает четвертое место после Индии, Китая и Турции. В настоящее время в стране наблюдается тенденция к устойчивому снижению доли экономического сегмента чая за счет увеличения долей среднеценового и премиального чая.

Российский рынок чая в последние пять лет демонстрирует ежегодную положительную динамику. Внутреннее производство вносит максимальный вклад в предложение чая на российском рынке. За пятилетний период 2009-2013 гг. доля внутреннего производства составляла в среднем почти 59 % от объема предложения. Необходимо отметить, что собственного чая в России крайне мало, так как он выращивается только в Краснодарском крае. Более чем 95 % потребляемого в России чая покупается на чайных аукционах по месту выращивания (в Шри-Ланке, Индии, Китае, Вьетнаме, Индонезии, Кении) и импортируется в виде промышленного сырья. На российских производственных предприятиях импортный чай обрабатывается и фасуется в мелкую упаковку для розничной торговли [7].

Основным поставщиком чая в Россию является Шри-Ланка, на ее долю в среднем приходится 32,5 % в натуральном выражении от общего объема поставок продукции в страну. Следует отметить, что Шри-Ланка является единственной страной, предлагающей миру чай, выращенный в условиях озоносбережения. Россия продолжает оставаться главным импортером для Шри-Ланки, в основном, благодаря высокой репутации цейлонского чая. Второе место занимает Индия, доля которой составляет 24,1 % от суммарного импорта. Замыкает тройку лидеров Кения с долей в 10,7 %. Шри-Ланка, Индия и Кения являются крупнейшими поставщиками черного чая. Основным экспортером зеленого чая на российский рынок является Китай [6]. По оценкам компании «Busines Stat», объем поставок чая в нашу страну продолжит расти в период до 2018 года. В 2018 году импорт чая превысит 200 тыс. тонн, из которых 80 % составит сырьевой чай, а 20 % – готовая продукция, предназначенная для розничной торговли. Проанализируем динамику производства черного и зеленого байхового чая в упаковках массой не более 3 кг в России за 2010-2014 гг. (рис. 1).

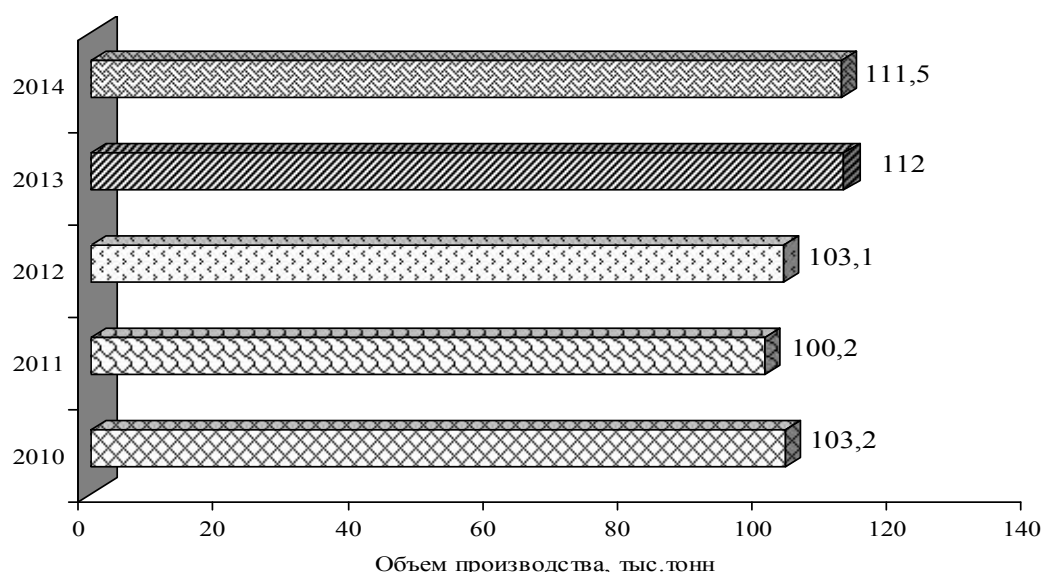


Рисунок 1 – Динамика производства черного и зеленого байхового чая (в упаковках массой не более 3 кг) в России за 2010-2014 гг. [1-5]

Максимальный объем производства черного и зеленого байхового чая в нашей стране в 2013 году – 112 тыс. тонн, в 2014 году выпуск чая в стране составил 111,5 тыс. тонн, что на 0,5 тыс. тонн меньше, чем в предыдущем году.

Чайный рынок по типу удовлетворяемого запроса можно условно поделить на два сектора – массовый и индивидуальный. Первый сектор для своего продвижения, в основном, использует традиционные каналы сбыта продовольствия как такового – мультипродуктовые магазины / супермаркеты. Второй – либо специализированные точки продаж (магазины / клубы / чайные), либо интернет.

На сегодняшний день уверенно лидирует на российском чайном рынке компания «Орими Трэйд». География чайных поставок включает в себя Цейлон, Индию, Китай, Индонезию, Кению и Вьетнам. Торговые марки компании имеют высокие рейтинги известности и стабильную динамику продаж – чай «Greenfield», «TESS», «Принцесса Нури», «Принцесса Ява», «Принцесса Канди», «Принцесса Гита», «Шах», «Жемчужина Нила». Для миллионов россиян они являются не просто продуктами ежедневного потребления, но и самостоятельной ценностью, неотъемлемой принадлежностью повседневной жизни. Это значит, что каждая третья чашка чая, которую выпивают в России, производится «Орими Трэйд».

Данная компания была основана в 1994 году и быстро добилась успеха. В 2000 году в Ленинградской области была построена и введена в эксплуатацию чаеразвесочная фабрика «Невские пороги», оснащенная самым современным импортным оборудованием. Наличие собственного производства позволяет компании «Орими Трэйд» обеспечивать постоянный контроль качества чайной продукции на всех этапах ее производства и осуществлять стабильные поставки широкого ассортимента чайной продукции во все уголки России и в страны ближнего зарубежья. По ключевым финансовым показателям «Орими Трэйд» входит в число 400 крупнейших российских компаний по версии журнала «Expert» и в рейтинг Forbes «200 крупнейших частных компаний России» [7].

Серьезные позиции на чайном рынке страны занимает продукция компании «Unilever», основа чайного бизнеса которой была заложена в 1971 году, когда концерн приобрел компанию «Lipton International», созданную в конце XIX века. В настоящее время чай торговой марки «Lipton» – это всемирный лидер среди чайных брендов: его пьют в более чем 150 странах. Еще один широко известный бренд на рынке чая этого производителя – это чай торговой марки «Брук Бонд» и «Беседа».

Одним из популярнейших российских чайных брендов является чай торговой марки «Майский», который вот уже более 20-ти лет удерживает лидерские позиции на рынке. Это чай высочайшего качества, собранный вручную на лучших плантациях Индии, Цейлона, Китая и Кении. По результатам опросов российских потребителей, торговая марка чая «Майский» является самой известной и узнаваемой российской маркой чая. В 2011 году бренд «Майский» был признан общеизвестным товарным знаком в России.

Чай торговой марки «Лисма», представленный на рынке еще с 1998 года, – это популярная коллекция высококачественных сортов настоящего индийского чая на каждый день, созданная для истинных ценителей крепкого чая. Благодаря оптимальному соотношению цены и качества чай «Лисма» заслужил любовь миллионов россиян и стал поистине народным брендом. Торговая марка «Лисма» предлагает покупателю широкий выбор сортов чая: индийский черный чай, зеленый чай, чай с ароматом фруктов и ягод. Выпускается в виде пакованного и фасованного чая, а также в удобной экономичной мягкой упаковке. Главной

особенностью чая «Лисма» является то, что коллекция сформирована по принципу возрастания крепости: от классического насыщенного черного чая средней крепости до особо крепкого чая с необычайно терпким вкусом и глубоким ароматом. Каждому типу чая соответствует свое цветовое исполнение и свой уровень крепости. Благодаря этому преимуществу потребителям чая «Лисма» очень просто выделить любимый вкус из всего ассортимента на полках магазина.

Чай торговой марки «CURTIS» представляет собой современный английский чай с уникальными яркими вкусами, собранный на лучших плантациях мира. В составе коллекции вкусов «CURTIS» входят лучшие ингредиенты, многие из которых не встречаются в чайных блендах от других производителей: цветочные лепестки, кусочки натуральных фруктов, орехи и зерна какао. Бренд «CURTIS» представлен в самом емком премиальном сегменте рынка, который в настоящее время является одной из самых перспективных и быстроразвивающихся категорий в натуральном и денежном выражении.

Один из мировых лидеров чайного рынка – это чай торговой марки «Ahmad Tea». Эксклюзивные чайные бренды данной торговой марки – чай «English Tea №1», «Earl Grey», «English Afternoon», «English Breakfast».

Новый бренд на российском чайном рынке, предлагающий широкий ассортимент листового и пакетированного чая английской коллекции, – чай торговой марки «BERNLEY». Торговая марка «BERNLEY» представляет собой новый совместный проект крупнейшей чайной корпорации Шри-Ланки «AKBAR BROTHERS» и одного из ведущих российских производителей чая – ООО «Яковлевская чаеразвесочная фабрика».

Следует отметить, что большинство крупных российских локальных брендов чая в своих купажах используют цейлонский чай.

В настоящее время активно развивается рынок пакетированного чая, который имеет хорошие перспективы для дальнейшего развития. Он наиболее динамичен по продажам, особенно в крупных городах, что объясняется высоким жизненным уровнем. Кроме того, структура рынка чая меняется в сторону потребления более дорогих, качественных продуктов, что связано с тем, что появились истинные ценители этого напитка.

Перспективы роста объемов производства и потребления чая во многом зависят от сохранения положительных тенденций в экономике и повышения благосостояния населения. Сегодня покупатели имеют возможность выбора чая, так как ассортимент черного и зеленого байхового чая, представленный в розничной торговой сети, огромный.

Список литературы:

1. Итоги работы предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности России за январь-декабрь 2010 г. // Пищевая промышленность. – 2011. – № 3. – С.6-7.
2. Итоги работы предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности России за январь-декабрь 2011 г. // Пищевая промышленность. – 2012. – № 3. – С.6-7.
3. Итоги работы предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности России за январь-декабрь 2012 г. // Пищевая промышленность. – 2013. – № 3. – С.6-7.
4. Итоги работы предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности России за январь-декабрь 2013 г. // Пищевая промышленность. – 2014. – № 3. – С.6-7.
5. Итоги работы предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности России за январь – декабрь 2014 г. // Пищевая промышленность. – 2015. – № 3. – С.6-7.
6. Цейлонский чай – дар Шри-Ланки всему миру // Кофе и чай в России. – 2014. – № 4. – С.16.

7. Чантурия Р. Чайный рынок России: в поисках нового драйвера // Кофе и чай в России. – 2014. – № 6. – С.16-19.

Батурина Наталья Анатольевна

*к.т.н., доцент, зав. кафедрой товароведения, экспертизы товаров и туризма
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: nata.baturina2013@yandex.ru*

Носов Дмитрий Владимирович

*студент 4 курса факультета бизнеса и рекламы
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: nata.baturina2013@yandex.ru*

УДК 004.78:659.1

Рудакова О.В., Ермолаева М.А.

РЫНОК ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В РОССИИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Интенсивное проникновение информационно-коммуникационных технологий во все сферы жизнедеятельности формирующегося информационного общества способствует формированию принципиально новых рынков и форм предпринимательской деятельности. В статье анализируется роль Глобальной сети в развитии рынка рекламы, прослеживается динамика российского рынка интернет-рекламы.

Ключевые слова: Интернет, интернет-реклама, национальный рынок рекламы, глобальный рынок рекламы, мобильная реклама.

Во второй половине XX в. стало очевидным, что уровень развития и динамизм инновационной сферы – новых технологий, наукоемких отраслей, науки – обеспечивают основу устойчивого экономического роста, определяют место страны на мировой арене. В век научно-технической, а затем и информационной революции научные открытия и их технологическое применение играют все более важную роль и во многом определяют конкурентные позиции страны на мировом рынке. Ключевым моментом в достижении конкурентных преимуществ является овладение передовыми технологиями. Непрерывный поток изобретений и технологических изменений ведет к улучшению производственных возможностей общества.

Конец XX - начало XXI вв. характеризуются стремительными изменениями, происходящими в мировой экономике. Качественно новое ее состояние проявляется как результат перерастания индустриального общества в постиндустриальное, которое, в свою очередь, все более и более четко оформляется как информационное общество. Подобная трансформация мирового хозяйства стала результатом широкого использования информационно-коммуникационных технологий, информационных систем и сети Интернет во всех сферах деятельности современного общества, в том числе, в экономической.

Современное общество стало полностью информационным, различные средства связи настолько тесно интегрировались во все сферы жизни человека, что стали просто необходимостью. Интенсивное проникновение информационно-коммуникационных технологий во все сферы жизнедеятельности формирующегося информационного общества способствует формированию принципиально новых рынков и форм предпринимательской деятельности.