

Исследование потребительских предпочтений на чай, реализуемый в розничной торговой сети

Милых Д.С., Мижевикина А. С.

Аннотация. В ходе проведенных исследований было установлено, что наибольшее предпочтение имеет черный рассыпной чай. При выборе чая потребители обращают внимание на упаковку, маркировку, цену и органолептические качества. Маркировка чая, реализуемого в розничной торговой сети полная и соответствует всем нормативным документам.

Актуальность работы. На сегодняшний день, среди всех напитков, которые употребляет население России, чай занимает одно из главных мест. Во всём мире, и в том числе в России, растёт интерес к чайной культуре, потребитель лучше разбирается в выборе, становится более требовательным к качеству, соответственно совершенствуются и методологии испытаний пищевых продуктов. В свою очередь, чайные производители стремятся удовлетворить потребительские запросы, поставляя новую и разнообразную продукцию[1].

Целью данной работы явилось проведение исследования потребительских предпочтений на чай, реализуемый в розничной торговой сети.

В задачи исследования входило:

1. Исследование ассортимента чая в розничной торговой сети;
2. Проведение опроса потребителей о предпочтениях того или иного вида чая;
3. Определение факторов, влияющих на выбор потребителя;
4. Исследование маркировки образцов чая из розничной торговой сети;
5. Обобщение полученной информации, подведение итогов.

Материалы и методы исследования. Сегодня российский чайный рынок - один из самых консолидированных в пищевой отрасли. По данным компании «Nielsen Россия», более 70% рынка контролируют четыре компании: Unilever (торговые марки Lipton, Brook Bond, «Беседа»), «Май»

(«Майский», «Лисма» и Curtis), «Орими Трейд» (Greenfield, IESS, «Принцессы»), СДС-ФУДС (дистрибутор торговой марки Ahmad) .

Исследования по изучению ассортимента чая были проведены на базе магазина «Монетка».

Сеть магазинов «Монетка» - одна из ведущих розничных сетей по торговле продуктами питания. Розничная сеть «Монетка» работает для повышения благосостояния своих клиентов, предлагая им качественные товары повседневного спроса по доступным ценам.

Ассортимент чая, реализуемого в торговом предприятии «Монетка» представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Ассортимент чая в магазине «Монетка»

Наименование чая	Разновидности	Производитель
«Принцесса Канди»	*Черный листовой *Черный в пакетиках	«Орими-Трейд»
«Принцесса Гита»	*Черный листовой * Черный в пакетиках	«Орими-Трейд»
«Brooke Bond»	*Черный листовой *Черный гранулированный * Черный в пакетиках с ароматическими добавками	«Unilever»
«Принцесса Нури»	*Черный листовой * Черный пакетированный * Черный в пакетиках-пирамидках с ароматизаторами	«Орими-Трейд»
«Беседа»	* Черный пакетированный	«Unilever»
«Майский»	* Черный пакетированный с ароматизаторами * Черный листовой	Компания «Май»
«Tees»	* Черный гранулированный чай * Черный листовой чай	«Орими-Трейд»

	<ul style="list-style-type: none"> * Зеленый листовый чай * Зеленый листовый с добавками и ароматизаторами * Травяное чай * Пакетированный чай разных вариаций 	
«Принцесса Ява»	* Зеленый пакетированный с различными ароматами (лимон, земляника)	«Орими-Трейд»
«Черный Олигарх»	* Черный листовый	«Галактика»
«Lipton»	<ul style="list-style-type: none"> * Черный пакетированный * Зеленый пакетированный и в пирамидках * Черный листовый 	«Unilever»
«Ahmad»	* Черный листовый	«Ahmad Tea»
«Beta Tea»	* Черный листовый	«Бета Гида»
«Greenfield»	<ul style="list-style-type: none"> * Черный листовый * Черный в пакетиках 	«Орими-Трейд»
Раджа «Ностальгия»	* Черный листовый	«Классик»
«Акбар»	* Черный листовый	«Сапсан»
«Лисма»	* Черный пакетированный	Компания «Май»

Установлено, что наибольшую часть рынка занимает компания «Орими-Трейд» - 38% от всего ассортимента. На втором месте по производителям заняла компания «Unilever», она составила почти 19% от всего ассортимента. Третье место заняла компания «Май» - 13%. Каждая из оставшихся компаний составляла 6 % от общего количества производителей (рисунок 1).

■ Орими-Трейд ■ Unulever ■ Май ■ Бета Гида ■ Ahmad Tea
■ Классик ■ Сапсан ■ Галактика

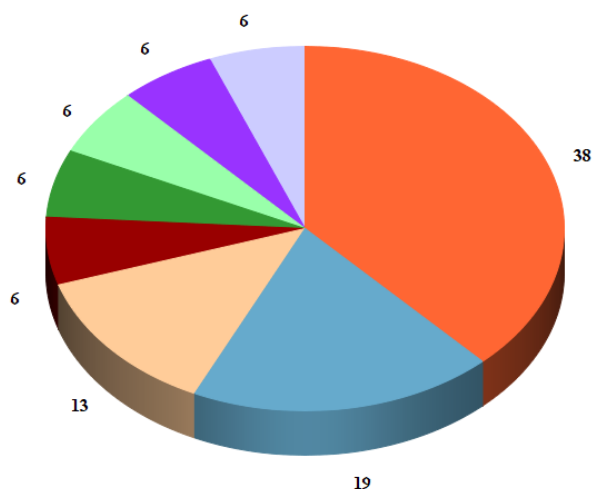


Рисунок 1 – Ассортимент чая магазина «Монетка»

Наибольшую долю в ассортименте занимает черный чай. Он присутствует под 15 из 16 наименований. Так же распространен пакетированный чай. Зеленый чай встречается реже, а именно «Teas», «Принцесса Ява», «Lipton».

Нами был проведен опрос в социальной сети «ВКонтакте» о предпочтениях потребителей того или иного чая. Участие приняли 280 респондентов. Опрос был представлен в виде вопроса с вариантами ответа. В результате установлено, что наибольшим спросом пользуется черный чай - 70%. Меньшим предпочтением пользуется зеленый чай - 20%. Красный чай пользуется предпочтением у 5% респондентов и белый - у 5% (рисунок 2).

■ Черный ■ Зеленый ■ Белый ■ Красный

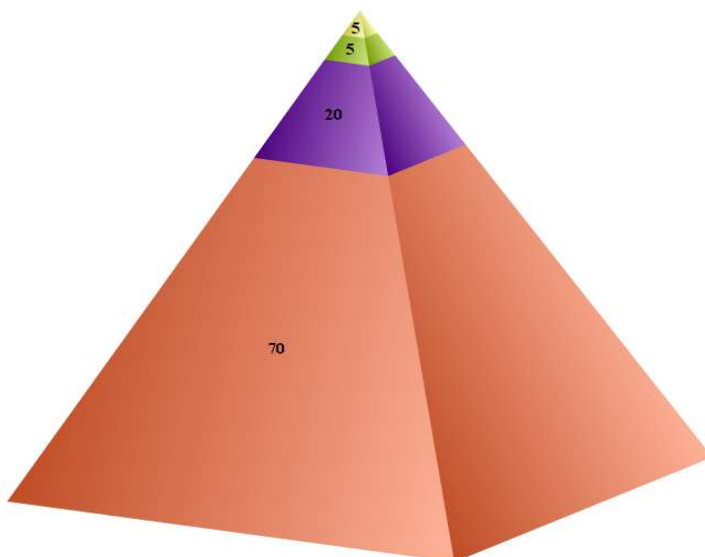


Рисунок 2 – Потребительские предпочтения чая

Наибольшее предпочтение покупатели отдают рассыпному чаю - 65%, 2-е место занимает пакетированный чай - 30% (удобство использования); гораздо менее популярны прессованные чаи – около 2%, так как производится из сырья довольно низкого качества, таблетированные - 2%, быстрорастворимые - 1% (рисунок 3).



Рисунок 3 - Потребительские предпочтения

При покупке чая, в первую очередь, внимание обращают на органолептические показатели: вкус, крепость, аромат, цвет; цену; торговую марку, фирму; упаковку. Реже на страну происхождения чая. То есть, придя в магазин, первое на что будет смотреть покупатель, это упаковка и маркировка чая. Мы решили проверить, соответствует ли маркировка чая требованиям нормативных документов. Следовательно, может ли покупатель полагаться на нее при выборе. Нами выбрано 3 образца чая разных производителей из магазина «Монетка»:

- образец №1 – чай черный байховый крупнолистовой «Черный Олигарх». Высший сорт;
- образец №2 – чай черный байховый крупнолистовой «Beta Tea». Высший сорт;
- образец №3 - чай черный байховый крупнолистовой Раджа «Ностальгия». Высший сорт.

В результате исследования установлено, что все три образца были изготовлены по одному стандарту, упакованы в картонные коробки, имели вторичную упаковку – пленку. Упаковка была чистой и без повреждений.

Таблица 2 – Результаты оценки полноты маркировки чая черного байхового

Показатель	Наименование образца чая		
	Образец № 1	Образец № 2	Образец № 3
1	2	3	4
Наименование продукта	Чай черный байховый крупнолистовой «Черный Олигарх»	Чай черный байховый крупнолистовой «Beta Tea»	Чай черный байховый крупнолистовой «Раджа»
Сорт	Высший	Высший	Высший
Место произрастания	Юго-Восточная Азия	Шри-Ланка	Индия
Наименование и местонахождение изготовителя	ООО «Галактика» Россия, г. Москва, ул.Котляковская8/10	ООО «Бета Гида» Россия, Московская область, г. Электросталь, проезд Энергетиков, д. 1А	ЗАО «Классик» Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Швецова, д.12, корп. 2.
Масса нетто, г	100	100	100
Товарный знак изготовителя	Отсутствует	Присутствует	Присутствует
Состав продукта	Чай черный байховый	Чай черный байховый	Чай черный байховый
Дата изготовления	Сентябрь, 2014	Июнь, 2014	Декабрь, 2014
Срок годности	18 месяцев	18 месяцев	18 месяцев
Условия хранения	Хранить при относительной влажности не более 70 %	Хранить в сухом месте, вдали от сильно пахнущих веществ	Хранить при относительной влажности не более 70 %
Документ, в соответствии с которым изготовлен и может быть идентифицирован продукт	ГОСТ 1938-90 «Чай черный байховый фасованный. Технические условия»	ГОСТ 1938-90 «Чай черный байховый фасованный. Технические условия»	ГОСТ 1938-90 «Чай черный байховый фасованный. Технические условия»
Информация о	Присутствует	Присутствует	Присутствует

подтверждении соответствия			
-------------------------------	--	--	--

Как видно из данных таблицы 2, маркировка всех представленных образцов полная и соответствует требованиям ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителей. Общие требования» [2] и ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» [3]. Следовательно, потребитель глядя на маркировку может найти всю интересующую его информацию и сделать выбор.

Выводы:

1. Наибольшую часть рынка занимает компания «Орими-Трейд». На втором месте по производителям компания «Unilever». Третье место компания «Май». Наибольшую долю в ассортименте занимает черный рассыпной чай.
2. Наибольшим спросом пользуется черный чай - 70%. Меньшим предпочтением пользуется зеленый чай - 20%. Красный и белый чай - 5%. Наибольшее предпочтение покупатели отдают рассыпному чаю - 65%, 2-е место занимает пакетированный чай - 30% (удобство использования); гораздо менее популярны прессованные чаи – около 2%, так как производится из сырья довольно низкого качества, таблетированные - 2%, быстрорастворимые - 1%
3. При покупке чая, в первую очередь, внимание обращают на органолептические показатели: вкус, крепость, аромат, цвет; цену; торговую марку, фирму; упаковку. Реже на страну происхождения чая.
4. Маркировка выбранных образцов чая полная и соответствует требованиям нормативных документов. Это поможет потребителю выбрать интересующий его продукт.

Список литературы:

- 1) Герасимова, В.А. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров: учебник / В.А. Герасимова, Е.С. Белокурова, А.А. Вытовтов. - СПб: Питер Принт, 2007. – 318с
- 2) ГОСТ 51074-2003. Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования. - Введен 29.12.2003. – М.: Стандартинформ, 2006. - 43с.

3) Технический регламент Таможенного союза 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» [Электронный ресурс] : Tsouz.ru [web - сайт]. – Режим доступа: <http://www.tsouz.ru/db/techreglam/Documents>