МИРОВОЙ ЧАЙНЫЙ РЫНОК: ТЕНДЕНЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ И ПОТРЕБЛЕНИИ

М. Н. Елисеев, О. М. Алексеева

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

О. А. Косарева

Московский финансово-промышленный Университет «Синергия»
Москва, Россия

В статье проанализированы основные направления развития рынка чая в мире, приведена международная классификация черного чая, представлены страны-производители, импортеры и экспортеры данной продукции. С помощью аналитических показателей изучена динамика производства, импорта и экспорта чая в России за пять лет. Выявлены причины произошедших изменений, проведен анализ ведущих игроков – производителей отечественного рынка чая, а также показаны основные тенденции, характерные для развития данного рынка на ближайшую перспективу. В статье рассмотрена общая структура рынка чая в натуральном выражении, приведены результаты анализа изменения покупательских предпочтений. В рамках исследования был изучен ассортимент торговой сети «Перекресток» как инструмент формирования и сохранения товарных запасов данного хозяйствующего субъекта на основе ABC-анализа. По результатам исследования даны рекомендации для дальнейшей работы с ассортиментом данной товарной группы. *Ключевые слова:* производство чая, экспорт чая, покупательские предпочтения, ABC-анализ.

WORLD TEA MARKET: TRENDS IN PRODUCTION AND CONSUMPTION

M. N. Eliseev, O. M. Alekseeva

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

O. A. Kosareva

Moscow Financial and Industrial University «Synergy»
Moscow, Russia

The article analyzes the main trends and prospects for the development of the global and Russian tea market. It reviews and analyzes the main directions of development of the tea market in the world, provides an international classification of black tea, shows the main countries manufacturers, importers and exporters of this product. The dynamics of tea production, import and export in the Russian Federation over five years showed in this article by using analytical indicators. Also were identified the main reasons for the changes and analyzed the leading players-producers of the domestic tea market, as well as showed the main trends characteristic of the development of this market in immediate prospects. The article considers the general structure of the tea market in natural terms and provides the results of analysis of changes in consumer preferences. Within the framework of the study, the assortment of the Perekrestok retail network was studied as a tool for forming and maintenance commodity

stocks of this economic entity. ABC-analysis was used to analyze the assortment of black tea. Based on the results of the study, recommendations were developed and proposed for further work with the assortment of this product group.

Keywords: tea production, tea export, consumer preferences, ABC analysis.

Чай по праву называют одним из самых известных и распространенных напитков в мире благодаря его целебным и тонизирующим свойствам.

История зарождения культуры чайной церемонии насчитывает несколько тысячелетий. Родиной чая является Китай, а ритуал распития чая первыми придумали буддистские монахи.

Сегодня существует большое количество различных обозначений и маркировок на упаковках чая, которые представлены буквами или аббревиатурой. С помощью международной классификации можно узнать о качестве продукта, размере и обработке чайного листа, о наличии различных пищевых добавок.

Существуют следующие категории черного чая: листовой (цельный лист), среднелистовой (ломаный лист) и низкосортный (высевка или крошка). Каждый вид имеет определенную маркировку.

Листовой чай содержит крупный, цельный лист. Для листового чая характерна хорошая скрученность листьев, целостность, однородный цвет и соответствующий аромат. Например, маркировка Golden (G) характеризует чай, имеющий нежные чайные почки золотого цвета, при заваривании он приобретает характерный оттенок; Flowery (F) – имеет характерный цветочный запах, так как наполовину состоит из распустившихся почек (типс); SFTGFOP (Super Fine Tippy Golden Flowery Orange Pekoe) представляет собой элитный напиток, в состав которого входят только листовые почки. Данный вид чая крайне сложно найти, и стоит он немало¹.

Чай со средними по размеру листочками или ломаный представляет собой резаные листики. Они могут быть ровными и скрученными, могут встречаться неоднородные и неровные порезанные листы. Например, у чая с маркировкой BOP (Broken Orange Pekoe) – резаные листики средней величины, он имеет крепкий темный настой с букетом аромата и хорошим вкусом; BFTOP (Broken Flowery Tippy Orange Pekoe) – напиток с резаными небольшими по величине листиками и большим содержанием типсов; GBOP (Golden Broken Orange Pekoe) – чайный вид с ломаными листиками и небольшим количеством чайных листовых почек [3].

К низкосортному чаю относят остатки, полученные при сортировочном процессе резаного листа; фактически – это чайная крошка и пыль. В такой чайный вид попадает все, что осталось от производства.

¹ Товароведение однородных групп продовольственных товаров : учебник / под ред. д-ра техн. наук Л. Г. Елисевой. – М. : Дашков и К, 2017.

Например, маркировку D (Dust) имеет низкосортная чайная пыль; P (Pekoe Dust) – частицы, оставшиеся от производства ломаного листа среднего размера; F (Fannings) – высевка резаного либо листового чая, приготовленного традиционным методом обработки, его размер намного меньше ломаного вида (он дает крепкий настой насыщенного цвета; PF (Pekoe Fannings) – высевок среднего размера [7]. В основном мелколистовой чай идет в реализацию в форме пакетиков или как гранулированный (листки скручиваются и нарезаются механическим способом). Хороший чай данного вида можно встретить достаточно редко.

Зеленый чай, как и черный, имеет свою международную классификацию. По данным Продовольственной и сельскохозяйственной организации (ФАО) ООН, чай – самый популярный напиток в мире после воды.

Объем производства чая обусловлен двумя факторами – размером чайных плантаций и их продуктивностью. Известно, что наиболее богатый по вкусовым свойствам и качественный чай произрастает на высоте от 1 600 м над уровнем моря. Согласно данным ФАО, общая площадь чайных плантаций в мире в 2017 г. составляла 4 076,1 тыс. га (табл. 1). За период с 2010 г. она увеличилась на 29,13% [10].

Т а б л и ц а 1

**Площади под чайными плантациями в разрезе регионов мира
в 2010–2017 гг. (в тыс. га)**

Регион	Годы								2017 г. к 2010 г., %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Африка	296,0	304,2	315,0	352,0	362,6	373,0	380,8	378,8	128
Центральная Америка	1,5	1,3	1,3	1,3	1,6	1,5	1,5	1,6	106,7
Южная Америка	42,9	42,5	43,4	41,3	43,0	42,9	42,8	42,3	98,6
Азия	2 810,5	3 050,3	3 139,7	3 219,4	3 377,7	3 471,7	3 507,6	3 648,9	129,8
Европа	1,6	1,2	0,4	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6	37,5
Прочие	4,1	3,9	3,9	4,0	3,9	4,0	3,9	3,9	5,1
Всего	3 156,6	3 403,4	3 503,7	3 618,6	3 789,4	3 893,7	3 937,3	4 076,1	129,1

Основной прирост площадей чайных плантаций наблюдается в странах Азии и Африки – 29,83 и 27,97% соответственно. В силу отсутствия подходящих климатических условий плантации в Северной Америке и Европе занимают незначительные доли возделываемых площадей. Наибольшее сокращение площадей плантаций чая произошло на Европейском континенте – на 62,5% или в 2,5 раза.

Структура площадей под чайными плантациями в разрезе регионов мира представлена на рис. 1. Анализ структуры показывает, что около 90% всех чайных плантаций в мире сосредоточено в Азии.

Большинство возделываемых площадей находится в Китае и составляет 2 212,7 тыс. га или 54,3% от общего количества площадей. Чай в Китае произрастает как в высокогорье, так и в низменностях. На втором месте – Индия с площадью 621,6 тыс. га или 15,2%¹.

Китай в мировом производстве чая с положительной тенденцией к его росту прочно занимает лидирующую позицию (рис. 2).

Производство чая в Китае составляет около 30–35% всего произведенного чая в мире, на втором месте – Индия, где в настоящий момент чай производится в огромных количествах. В Индии более одного миллиарда потребителей чая, при этом около 70% произведенного чая потребляется внутри страны, а меньшая доля идет на экспорт. Замыкает тройку лидеров Кения (5–6% об общего количества произведенного чая).

Рис. 1. Структура площадей под чайными плантациями в разрезе регионов мира (в %) [5]

Рис. 2. Топ-10 стран – производителей чая [5]

В конкурентной борьбе с главными производителями чая Кения для развития индустрии сделала упор на инновациях и стала лидером по выращиванию новых сортов чая, а также сортов чая, легко выдерживающих сложные погодные условия.

¹ Тренды рынка чая и кофе в России – презентация. – URL: <https://coffeetearusexpo.ru/CTREpresentations> (дата обращения: 23.02.2020).

Основными поставщиками чая в Российскую Федерацию являются Индия, Шри-Ланка, Кения и Китай. Отечественный чай первичной обработки (сортовой) производится только в Краснодарском крае, но его доля составляет менее 1% от общего объема потребления. Несмотря на высокие вкусовые характеристики лучших сортов краснодарского чая, основным его недостатком является подверженность влиянию неблагоприятных внешних факторов, таких как чувствительность к климатическим условиям, переработке, купажированию, фасовке и транспортировке, в результате которых теряются его вкус и аромат [10].

Стоит отметить, что в структуре импорта отечественного рынка чая преобладают в основном страны Юго-Восточной Азии и Африки, где низкая себестоимость производства, а территории чайных плантаций расположены в климатических зонах, условия которых позволяют собирать урожай в течение всего года. Например, в 2017 г. объем импорта составил 168,8 тыс. т, в то время как внутреннее производство зафиксировано на уровне 103,3 тыс. т; в 2018 г. объемы закупаемого чая сократились до 114,8 тыс. т при увеличении объемов производства более чем на 11% – 110,0 тыс. т (рис. 3). [5].

Рис. 3. Динамика производства, импорт и экспорт чая, РФ в 2014–2018 гг. (в тыс. т) [5]

Данные рис. 3 свидетельствуют о том, что потребление чая в стране в 2018 г. снизилось. Причина кроется в изменении вкусовых пристрастий россиян. При этом доля чая в общей структуре сократилась на фоне потребления кофе и других напитков, например, цикория, травяных чаев и др.

В 2018 г. объем импорта чая в Россию в натуральном выражении уменьшился на 32% по отношению к аналогичному показателю 2017 г. и составил 114,8 тыс. т.

В структуре импорта чая в натуральном выражении наибольшую долю занимает Индия – 30,7%, второе и третье места – Шри-Ланка и Кения, соответственно, 22,7 и 13,1% (рис. 4).

Рис. 4. Структура импорта чая в Российскую Федерацию по странам-поставщикам в 2018 г. в натуральном выражении [4]

Россия не является экспортером чая. Практически весь произведенный объем чая потребляется внутри страны. Доля экспорта незначительна, и в ближайшей перспективе, по оценкам специалистов, роста экспортных поставок не ожидается.

В 2018 г. произошел спад поставок чая на экспорт, объем в натуральном выражении уменьшился на 34,3% по сравнению с аналогичным показателем 2017 г. и составил 11,1 тыс. т. Прежде всего, это связано с сокращающимися поставками на Украину: по объемам поставок из России в 2018 г. она находилась на третьем месте после Беларуси и Казахстана. Ранее Украина была первой в рейтинге стран-импортеров российского чая, и объемы поставок были в несколько раз выше [9].

В 2018 г. объем производства чая в натуральном выражении увеличился на 6,5% по отношению к аналогичному показателю предыдущего года и составил 110 тыс. т¹.

По объему производства игроков российского рынка черного чая можно разделить на четыре категории: крупные, средние, мелкие и компании – представители малого бизнеса. В настоящее время 75% рынка чая в стране контролируют четыре производителя: Orimi Trade, MAY, Unilever, Ahmad.

Сегодня ведущим российским производителем как черного байхового, так и зеленого чая, остается ORIMI (ранее фабрика «Невские пороги», дочернее предприятие ГК «Orimi Trade», Ленинградская обл.). В 2018 г. на долю компании в сегменте черного чая приходилось 66% от общего объема производства в натуральном выражении (ТМ Greenfield, «Принцесса Нури»), а в сегменте зеленого чая – 85% (ТМ «Принцесса Ява»).

¹ Товароведение однородных групп продовольственных товаров : учебник / под ред. д-ра техн. наук Л. Г. Елисеевой. – М. : Дашков и К, 2017.

В последнее время позиции лидеров чайного рынка значительно укрепляются. При этом специалисты отмечают уход с рынка небольших игроков, которые занимали среднюю и премиальную ниши или работали в отдельных регионах страны¹.

В 2018 г. наблюдалось уменьшение объема рынка в натуральном выражении, которое произошло в основном на фоне сокращения импорта чая. В 2018 г. объем рынка сократился на 16,3% по сравнению с 2017 г. и составил 213,7 тыс. т. Помимо сокращения поставок по импорту в 2018 г., было отмечено сокращение потребления чая внутри страны. Исходя из оценки специалистов данной отрасли можно отметить, что объем российского рынка чая в перспективе будет зависеть в первую очередь от объема импортных поставок, поскольку внутреннее производство растет не так динамично.

Сегодня в России более 93% жителей являются потребителями чая, наибольшее предпочтение отечественные потребители отдают черному байховому пакетированному чаю. Российский рынок чая является зрелым и насыщенным, на котором основные изменения происходят в качественном плане: потребителям предлагаются новые вкусы и купажи. В общей структуре российского рынка в натуральном выражении преобладает доля черного чая; его доля в 2018 г. составила 60%. На втором месте – черный ароматизированный чай – его доля в потреблении – 20% (рис. 5).

Рис. 5. Структура российского рынка чая по видам в 2018 г. в натуральном выражении [8]

Как показано на диаграмме, основная доля приходится на черный чай (60%), на втором месте черный ароматизированный чай (20%). За последние годы основными категориями роста являются пакетированный чай среднего и премиального сегментов и листовой чай премиального

¹ Тренды рынка чая и кофе в России – презентация. – URL: <https://coffeetearusexpo.ru/CTREpresentations> (дата обращения: 23.02.2020).

сегмента. В связи с модой на здоровый образ жизни увеличивается потребление чая с травами и фруктами, травяного чая, красного и белого чая, а также микса различных сортов чая.

В последнее время на отечественном рынке чая наблюдается изменение структуры его потребления, например, соотношение потребительских предпочтений листового чая к пакетированному продукту постепенно меняется в сторону последнего. Так, по оценке NeoAnalytics, сегодня его покупают более 70% потребителей [9].

Меняются потребительские предпочтения по видам чая: уменьшается потребление ароматизированного продукта, при этом возрос интерес к зеленому чаю, фруктово-травяным чаям, напиткам без кофеина, а также к редким сортам чая – пуэр, белому, лапсанг сушонг и др. Так, на фоне снижения продажи черного чая продажи чая с травами и фруктами выросли на 23,1%, травяного чая – на 1,3%.

Новым трендом в потреблении является иван-чай, хотя его нельзя называть чаем в чистом виде. Это дикорастущее растение семейства кипрейных, который официально называется кипрей узколистый. В отличие от классического чая его специально не выращивают. Сбор иван-чая происходит вручную. Отработанной технологии его производства нет, поэтому в России применяют различные технологии. От того, как собирают и ферментируют иван-чай, зависит вкус напитка. Однако, по оценкам экспертов, в дальнейшем потребление иван-чая будет расти, и в ближайшие пять лет его доля может увеличиться до 3–5% [1; 6].

В рамках исследования был изучен ассортимент торговой сети «Перекресток». В розничных и интернет-магазинах торговой сети представлены следующие виды чая: белый; зеленый; травяной; фруктовый; черный.

Распределение видов чая в количественном и процентном соотношении также достаточно традиционно и соответствует предпочтениям российских потребителей. Согласно данным, в интернет-магазине доля черного чая в общем ассортименте составляет 52,2% (290 наименований). Соотношение остальных видов чая распределилось следующим образом: белый (0,18%), зеленый (23%), травяной (18,3%), фруктовый (6,3%).

Основываясь на вышеперечисленных данных, можно выделить несколько позиций по спросу на чай.

Во-первых, по количеству продаваемой продукции лидирует черный чай. Этот вывод неслучаен. Так, в ежегодном обзоре рынка чая и кофе «CoffeeTeaRussia» приведен график доли каждого сегмента чая, выраженный в % от количества закупаемой продукции в кг.

Во-вторых, несмотря на преимущество в количественном отношении, ассортимент зеленого и травяного чая также расширяется и имеет потенциал к дальнейшему росту. В 2018 г. динамика продаж по отношению к 2017 г. сегментов категории черного чая имела тенденцию на спад в

денежном выражении на 1,4 и в объеме на 0,2%. При этом производители зеленого чая увеличили долю своих продаж на 3,2 и 5,7% соответственно.

В-третьих, низкий объем травяного и белого чая обусловлен сравнительно недавним появлением данного вида на рынке. Покупатель еще недостаточно привык к ним. Поэтому необходимо организовать рекламную кампанию, дегустацию в розничных магазинах, а также применять систему скидок на данный товар.

Виды чая распределяют по типам в зависимости от разновидности чайного куста и от того, в каких странах они произрастают (ассам, ройбуш, цейлонский); по наличию особых вкусовых характеристик (молочный, женьшень, эрл грей); по категориям в соответствии с международной классификацией (оранж пеко); по способу механической обработки (байховый). Также в ассортименте магазинов присутствуют в небольшом количестве такие виды чая, как улун, пуэр, каркадэ, мате. Значительную долю в ассортименте составляет чай «Ассорти».

Чаи подразделяются по особенностям фасовки на листовый и паке-тированный. Их доля примерно одинакова и составляет 49 и 51% соответственно. Среди ароматов чая представлены фруктовые (ананас, бергамот, апельсин, виноград, гранат, грейпфрут, груша, лимон и т. д.), цветочные ароматы (чабрец, роза, облепиха, лаванда, жасмин), а также недавно вошедшие в повседневное потребление у покупателей (экзотические ароматы, шоколад, трюфель, личи и т. д.).

Чай упаковывается в жестяные банки, картонные коробки, оригинальные упаковки и пакеты. Большинство видов чая реализуются в картонных коробках. Это обусловлено экономичностью упаковки, удобством использования и наименьшим риском порчи товара во время хранения.

Стоит отметить, что ассортиментный ряд интернет-магазина «Перекресток» также предлагает потребителям приобретение органического продукта, т. е. изготовитель производит товар с соблюдением норм ГОСТ Р 56104-2014 «Продукты пищевые органические. Термины и определения» либо сертифицирует свой продукт в соответствии с правилами Европейской комиссии по органическому производству.

Следующим признаком, по которому распределяют продукцию, является страна-производитель либо страна-изготовитель. В ассортименте магазина торговой сети «Перекресток» представлены виды чая из России, Великобритании, Шри-Ланки, Германии, Индии, Польши, Чехии, Швейцарии. Причем на долю российских торговых марок приходится более 84% от их общего количества. Однако это не означает, что продукт произведен в России, чаще всего Россия является лишь дистрибьютором чая. Производится данный продукт в большинстве своем в Шри-Ланке и Индии.

В зависимости от количественного состава позиции «чай черный» в ассортименте интернет-магазина «Перекресток» представлены такие

сорта, как ассам, ассорти, байховый, оранж пеко, пуэр, цейлонский, эрл грей (рис. 6).

Рис. 6. Структура ассортимента чая черного в интернет-магазине «Перекресток»

Среди основных брендов, представленных в магазине торговой сети «Перекресток», в ассортименте которых присутствует товарная позиция «чай черный», можно выделить следующие торговые марки:

1. Ahmad Tea London – пакетированные сорта чая (25 пакетов, 100 пакетов); линейки черного листового чая по 100 и 200 г., например, чай черный Ahmad Tea Earl Grey, 100 г и чай черный Ahmad Tea English Breakfast, 200 г; а также подарочный набор Ahmad Tea чайное ассорти, 15 вкусов, 90 пакетов в ассортименте.

2. Basilur – листовый чай по 100 г нескольких сортов, входящих в «Восточную коллекцию», а также пакетированный чай (100 пакетов).

3. Greenfield – пакетированные чаи классической прямоугольной формы, а также в пирамидках (20 и 25 пакетов); листовые чаи по 100 и 200 г. с различными вкусами и ароматами.

4. Hilltop – торговая марка зарегистрирована на компанию «Максимум подарков». Специализация – подарочные наборы чая. Маркетинговый подход реализации чая Hilltop заключается в дизайнерском оформлении коробок. Привлекательность товара для потребителя обусловлена не только интересной концепцией, но и доступной ценой. Так, чай Hilltop позиционируется в сегменте «доступный премиум». Ассортимент торговой марки в интернет-магазине «Перекресток» представлен различными видами черного чая в оригинальных упаковках, например, в музыкальной шкатулке или в форме мишки.

5. Tess – торговая марка создана совместно компаниями Greenfield Tea LTD и «Орими Трейд». В 2015 г. был проведен ребрендинг. Упаковка Tess подверглась существенным изменениям с целью привлечения новой аудитории. На сегодняшний день бренд ориентирован на потребителей среднего ценового сегмента, ценящих яркость, стиль в каждой вещи. Торговая марка представлена широким ассортиментом таких видов чая, как цейлонский, кенийский, со вкусом цитрусовых, ароматизированные, Earl Grey, ароматизированные бергамотом, бескофеиновые напитки.

6. Майский – торговая марка была зарегистрирована в России в 1991 г. компанией «Май». Майский чай делится на три ассортиментные группы: чай крупнолистовой; золотая линия; коллекция на каждый день. Компания предлагает отборный черный ароматизированный продукт с добавками.

7. Принцесса Нури – компания основана конгломератом «Орими Трэйд» в 1995 г. После 5 лет успешной продажи чая данной торговой марки ей был присвоен Знак качества Союза потребителей Российской Федерации «Лучшее в России». Первая линейка продукции чая была названа «Принцесса Нури высокогорный». Позднее появились два новых сорта чая: «Принцесса Нури оригинальный» и «Принцесса Нури кенийский».

АВС-анализ выборки товарных позиций черного листового чая разных торговых марок, реализуемых в магазине торговой сети «Перекресток»

АВС-анализ – один из способов формирования и сохранения необходимого количества товарных запасов хозяйствующего субъекта, который заключается в распределении товаров, реализуемых на полках магазинов, на три неравномерные группы А, В, и С на основании определенной последовательности арифметических действий. Основная цель проведения АВС-анализа состоит в том, чтобы из множества однотипных объектов выделить наиболее значимые при распределении товаров на полках и их продаже.

В качестве области применения АВС-анализа был выбран чай черный листовых торговых марок Greenfield, Basilur, Twinings, «Чайная библиотека», Richard, «Принцесса Нури», «Майский», «Азерчай» (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Результаты АВС-анализа черного листового чая, представленного в интернет-магазине торговой сети «Перекресток»

Товар	Объем продаж за 2-е полугодие 2019 г.	Цена за единицу продукции, руб.	Выручка, руб.	Доля, %	Накопительная доля, %	Группа
1	2	3	4	5	6	7
Чай Basilur Восточная коллекция Масала, 100 г.	1 490	290	432 100,00	24,12	24,12	А
Greenfield. Kenyan sunrise, черный, 100 г.	2 538	135	342 630,00	19,13	43,25	А
Чай черный Ahmad Tea Earl Grey, 100 г	1 569	175	274 575,00	15,33	58,58	А
Greenfield. Чай голден Цейлон, черный, 100 г	1 323	189,90	251 237,70	14,03	72,61	А
Чай «Чайная библиотека», 100 г	850	157,63	133 985,50	7,48	80,09	В
Чай Ahmad Tea, Цейлон оранж пеко, 100 г	575	166,69	95 846,75	5,35	85,44	В
Чай Richard черный, 200 г	352	219	77 088,00	4,30	89,74	В

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5	6	7
Чай Richard Royal Ceylon, 180 г	250	229	57 250,00	3,20	92,94	В
Чай черный Greenfield Lemon Spark, 100 г	233	145	33 785,00	1,89	94,82	В
Чай Nadin черный, 50 г.	1 767	19,1	33 749,70	1,88	96,71	С
Чай Nadin волшебство, 50 г.	1 260	19,02	23 965,20	1,34	98,04	С
TWIN. Чай английский завтрак, ж/б, 100 г	28	355,58	9 956,24	0,56	98,60	С
Twining's. Чай черный Earl Grey, бергамот ж/б, 100 г	23	344,62	7 926,26	0,44	99,04	С
Twining's. Чай черный English Breakfast, ж/б, 100 г	19	399	7 581,00	0,42	99,47	С
Азерчай черный букет, 100 г.	36	119	4 284,00	0,24	99,70	С
Принцесса Нури Пеко цейлонский, черный, 250 г	15	229	3 435,00	0,19	99,90	С
Чай Майский листовый, 200 г	10	185	1 850,00	0,10	100,00	С
Итого	12 338		1 791 245,3			

Согласно данным табл. 2, полученным в ходе исследования ассортимента черного листового чая, представленного в магазине торговой сети «Перекресток» методом АВС-анализа, можно сделать следующие выводы:

1. Общая накопительная доля первых четырех товаров, входящих в группу А, – 72,61%. В нее включены товарные позиции с долей, составляющей от 24,12 до 14,03% от общей выручки товаров. В группу А входит продукция торговых марок Greenfield, Basilur и Ahmad Tea. Этот результат неслучаен, так как чайная продукция данных брендов составляет значительную долю ассортимента товарных полок розничных магазинов по всей России с учетом различных сортов листового и пакетированного чая.

2. В группе В находятся пять позиций с общей накопительной долей 94,82%, доля выручки которых варьируется от 7,48 до 1,89%. Группа представлена такими торговыми марками, как Ahmad Tea, Greenfield, Richard, «Чайная библиотека».

3. Группа С состоит из восьми товаров торговых марок Nadin, Twining's, «Азерчай», «Принцесса Нури», «Майский». Общая накопительная доля – 100%. Доля выручки продукции, находится в промежутке от 1,88 до 0,10%.

На основе проведенного АВС-анализа, даны следующие рекомендации:

1. Объекты исследования, входящие в группу А, требуют тщательного планирования, постоянного (не реже раза в неделю) учета и контроля, так как недостаточное количество данной продукции в товарных

запасах организации ведет к существенным денежным потерям. Следует также проводить выборочную инвентаризацию с периодичностью раз в месяц. Существенные отклонения подсчитанного количества товаров от их значения в базе данных магазина считаются недопустимыми.

2. Маркетинговому отделу магазина торговой сети «Перекресток» нужно уделить особое внимание отслеживанию спроса по позициям группы А. Сбытовой отдел должен, согласно полученным данным, рассчитывать объем заказываемых партий и размер страхового запаса.

3. Несколько ниже по значимости в общем обороте чайной продукции в магазине торговой сети «Перекресток» находятся товары группы В. Они требуют обычного контроля, налаженного учета (например, раз в месяц). Для них применяются те же меры, что и для категории А, но их можно использовать реже и с большими допусками.

4. В группу С, как правило, входят товары, которые практически не приносят прибыль предприятию. Для них характерны упрощенные методы планирования, учета и контроля. На некоторые торговые марки, представленные в табл. 2, например, «Чай Nadin черный», доля в общем количестве товаров в товарном запасе магазина торговой сети «Перекресток» достаточно велика. Несмотря на это, среди позиций группы С чай Twinings «Чай английский завтрак» занимает небольшую долю в товарном запасе, но имеет высокую стоимость. Поэтому при формировании товарных запасов необходимо учитывать все эти данные. Инвентаризацию запасов стоит производить раз в полгода с большими допусками в пределах приемлемых значений.

Список литературы

1. Бикбулатова Э., Плотникова Н. А. «Копорский» ферментированный чай из листьев иван-чая узколистного и клена канадского // Экология и природопользование: прикладные аспекты : VI Международная научно-практическая конференция, 2016. – С. 63–65.
2. Елисеев М., Емельянова Л., Косарева О., Кузичкина Т. Пуэр // Товаровед продовольственных товаров. – 2016. – № 4. – С. 59–63.
3. Елисеев М. Н., Емельянова Л. К., Белкин Ю. Д., Алексеева О. М. Исследование качества полуферментированных улунских чаев // Пищевая промышленность. – 2019. – № 4. – С. 39–41.
4. Емельянова Л. К., Елисеев М. Н., Алексеева О. М., Косарева О. А., Кузичкина Т. И. Chinese Tea Pu-ERH // Research Journal of Pharmaceutical, Biological and Chemical Sciences. – 2017. – Т. 8. – № 1. – С. 2038.
5. История чая. – URL: <https://www.tea-terra.ru/2014/08/21/17859/> (дата обращения: 23.02.2020).

6. Лементуева Л. В., Хоменко С. Д. Иван-чай «Дары Илим» // Пищевая и перерабатывающая промышленность. Реферативный журнал. – 2017. – № 4. – С. 1015.
7. Маркировка и международная классификация чая. – URL: <https://tea-expert.su/klassifikaciya-i-vidy/54-markirovka-i-mezhdunarodnaya-klassifikaciya-chaya.html> (дата обращения: 23.02.2020)
8. Модный тренд: в России вспомнили про свой чай. 24 ноября, 2019. – URL: <https://www.gazeta.ru/business/2019/11/19/12821630.shtml> (дата обращения: 23.02.2020).
9. Обзор российского рынка чая. Исследования компании NeoAnalytics // Российский продовольственный рынок. – 2019. – № 1. – URL: <http://foodmarket.spb.ru/current?article=2588> (дата обращения: 23.02.2020).
10. Смоленцева Е. В. Динамика площадей чайных плантаций и производство чая в мире // Московский экономический журнал. – 2019. – № 8. – С. 20.

References

1. Bikbulatova E., Plotnikova N. A. «Koporskiy» fermentirovannyi chay iz listev ivan-chaya uzkolistnogo i klена kanadского [«Koporsky» Fermented Tea from the Leaves of Ivan-Tea Narrow-Leaved and Canadian Maple], *Ekologiya i prirodopolzovanie: prikladnye aspekty. VI Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya* [Ecology and Nature Management: Applied Aspects of the VI International Scientific and Practical Conference], 2016, pp. 63–65. (In Russ.).
2. Eliseev M., Emelyanova L., Kosareva O., Kuzichkina T. Puer [Puer], *Tovarovед prodovolstvennyh tovarov*, 2016, No. 4, pp. 59–63. (In Russ.).
3. Eliseev M. N., Emelyanova L. K., Belkin YU. D., Alekseeva O. M. Issledovanie kachestva polufermentirovannyh ulunskih chaev [Research of the Quality of Semi-Fermented Oolong Teas], *Pishchevaya promyshlennost*, 2019, No. 4, pp. 39–41. (In Russ.).
4. Emelyanova L. K., Eliseev M. N., Alekseeva O. M., Kosareva O. A., Kuzichkina T. I. Chinese Tea Pu-ERH [Chinese Tea Pu-ERH], *Research Journal of Pharmaceutical, Biological and Chemical Sciences*, 2017, Vol. 8, No. 1, pp. 2038. (In Russ.).
5. Istoriya Chaya [History of Tea]. (In Russ.). Available at: <https://www.tea-terra.ru/2014/08/21/17859/> (accessed 23.02.2020).
6. Lementueva L. V., Homenko S. D. Ivan-chay «Dary Ilima» [Ivan-Tea «Gifts of Ilim»], *Pishchevaya i pererabatyvayushchaya promyshlennost. Referativnyy zhurnal*, 2017, No. 4, pp. 1015. (In Russ.).

7. Markirovka i mezhdunarodnaya klassifikatsiya Chaya [Marking and International Classification of Tea]. (In Russ.). Available at: <https://tea-expert.su/klassifikaciya-i-vidy/54-markirovka-i-mezhdunarodnaya-klassifikaciya-chaya.html> (accessed 23.02.2020)

8. Modnyy trend: v Rossii vspomnili pro svoy chay [Fashion Trend: in Russia, they Remembered Their Tea], 2019, November. (In Russ.). Available at: <https://www.gazeta.ru/business/2019/11/19/12821630.shtml> (accessed 23.02.2020).

9. Obzor rossiyskogo rynka chaya. Issledovaniya kompanii NeoAnalytics [Overview of the Russian Tea Market. Research by NeoAnalytics], *Rossiyskiy prodovolstvennyy rynek*, 2019, No. 1. (In Russ.). Available at: <http://foodmarket.spb.ru/current?article=2588> (accessed 23.02.2020).

10. Smolentseva E. V. Dinamika ploshchadey chaynyh plantatsiy i proizvodstvo chaya v mire [Dynamics of Tea Plantation Areas and Tea Production in the World], *Moskovskiy ekonomicheskii zhurnal*, 2019, No. 8, pp. 20. (In Russ.).

Сведения об авторах

Михаил Николаевич Елисеев

доктор технических наук, профессор,
профессор кафедры товароведения
и товарной экспертизы РЭУ им.
Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени
Г. В. Плеханова», 117997, Москва,
Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Eliseev.MN@rea.ru

Ольга Михайловна Алексеева

кандидат экономических наук,
доценткафедры международного
бизнеса и таможенного дела РЭУ им.
Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени
Г. В. Плеханова», 117997, Москва,
Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Alekseeva.OM@rea.ru

Ольга Алексеевна Косарева

кандидат технических наук, доцент
кафедры коммерции и торгового дела
Университета «Синергия»,
129090, Москва, ул. Мещанская, 9/14,
строение 1.

E-mail: oakosareva@mail.ru

Information about the authors

Mihail N. Eliseev

Doctor of Technology, Professor,
Professor of the Department
for Commodity Science and Commodity
Expertise of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian
University of Economics,
36 Stremyanny Lane, Moscow,
117997, Russian Federation.

E-mail: Eliseev.MN@rea.ru

Olga M. Alekseeva

PhD, Assistant Professor
of the Department
for International Business
and Customs of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian
University of Economics,
36 Stremyanny Lane, Moscow,
117997, Russian Federation.

E-mail: Alekseeva.OM@rea.ru

Olga A. Kosareva

PhD, Assistant Professor of Department
of Commerce and Trade, Synergy
University, 9/14, build. 1,
Meshchanskaya st., Moscow, 129090,
Russian Federation.

E-mail: oakosareva@mail.ru