

УДК 338.439 – 663.952

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ФИТОЧАЕВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*Зимовая М. А., ассистент, магистр*

*УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,  
Горки, Республика Беларусь*

**Ключевые слова:** стратегия, фиточай, производство.

**Аннотация.** В статье отражены основные методологические подходы к формированию стратегии развития производства фиточаев, основывающиеся на импортозамещении большинства видов сырья, совмещении использования как дикорастущего, так и культурно выращиваемого сырья, популяризации здорового образа жизни и культурного отдыха в туристических фитокомплексах.

## **METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE FORMATION OF A STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF HERBAL TEA PRODUCTION IN THE REPUBLIC OF BELARUS**

*Zimovaya M. A., Assistant, Master's degree*

*Belarusian State Agricultural Academy,  
Gorki, Republic of Belarus*

**Keywords:** strategy, herbal tea, production.

**Summary.** The article shows the main methodological approaches to the formation of a strategy for the development of herbal tea production, based on import substitution of most types of raw materials, combining the use of both wild and culturally grown raw materials, popularization of a healthy lifestyle and cultural recreation in tourist phytocomplexes.

**Введение.** В настоящее время в Республике Беларусь активно развивается рынок фиточаев. Особенностью его развития является то, что у данной категории нет четкого определения в законодательстве, и под названием «фиточай» встречается продукция, относящаяся к классическим видам чая семейства Камелия с различными добавками, травяным чаем и сборам, биологически активным добавкам, лекарственным травам, напиткам на основе плодов, ягод и фруктов. Не сформирована также и общереспубликанская стратегия развития данного направления.

**Основная часть.** Стратегия (др. греч. *Στρατηγία* – искусство полководца) – общий, не детализированный план какой-либо деятельности, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели.

Стратегия как способ действий становится необходимой в ситуации, когда для прямого достижения основной цели недостаточно наличных ресурсов. Задачей стратегии является эффективное использование наличных ресурсов для достижения основной цели. Тактика является инструментом реализации стратегии и подчинена основной цели стратегии. Стратегия достигает основной цели через решение промежуточных тактических задач по оси «ресурсы – цель» [9].

Стратегия (экономическая) – это долговременные, наиболее принципиальные, важные установки, планы, намерения правительства, администрации регионов, руководства предприятий в отношении производства, доходов и расходов, бюджета, налогов, капиталовложений, цен, социальной защиты [3].

Предприятие появляется и развивается в конкурентной среде, на которую влияют также внешние факторы – состояние мировой экономики, политика государства. Чтобы достичь поставленных целей, компания должна приспосабливаться к условиям, развиваться, находить новые технологии, повышать производительность, изыскивать новые пути выведения продукта на рынок. По своей сути, стратегия развития – это набор планов и задач предприятия, которые нужно выполнять, чтобы достичь долгосрочных целей.

Стратегия отвечает на три группы вопросов:

1. Что производить? Каков будет ваш продукт? Какого качества? Какими партиями он будет отпускаться?
2. Как вы будете работать с этим продуктом? На какие рынки будете его выводить?
3. Что делать в самом начале? Какие действия, в какой последовательности вы будете осуществлять и для чего?

Главным результатом грамотной стратегии развития должно стать наращивание экономической мощи компании, рост конкурентоспособности ее продукции.

Создание стратегии развития, по сути, – это поиск разумного баланса между ресурсами компании, ее возможностями по использованию этих ресурсов и удовлетворением спроса на рынке. Для этого надо хорошо знать возможности своего предприятия, его потенциал в разных планах – финансовом, кадровом, техническом, организационном. Кроме того, надо также хорошо знать своего потребителя и его потребности.

Чтобы получить все эти необходимые знания, нужно провести анализ внутренних и внешних факторов. Необходимо исследовать позицию компании на рынке, поведение конкурентов, динамику развития, состояние экономики и другие условия работы. Руководитель также должен знать не только сильные стороны своего бизнеса, но и его слабости и уже на основе всех этих данных разрабатывать стратегию предприятия.

После изучения внешней и внутренней среды, в рамках создания стратегии развития, на основе полученных данных разрабатывается миссия компании и ее цели.

Миссия – четко сформулированная, понятная работникам компании и ее клиентам концепция бизнеса. Она формируется на долгосрочную перспективу, однако может быть изменена в связи с изменившимися требованиями рынка, ведь главное ее предназначение состоит в удовлетворении запросов клиентов.

После определения миссии компании вырабатывается целый ряд целей и задач как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Следом за постановкой целей предприятия приступают к выбору стратегии, руководствуясь в первую очередь ее эффективностью, т. е. способностью помочь бизнесу в достижении поставленных целей и миссии. Существует три вида стратегий развития для предприятия:

- активная стратегия, наступательная, которая подходит для завоевания желаемой доли рынка. Это самая высокорискованная стратегия, требующая значительных вложений, однако в случае своей успешности она способна принести компании большие доходы;

- оборонительная стратегия подходит для компании, желающей сохранить свои позиции на рынке. Обычно ее выбирают те предприятия, которые довольны текущим положением вещей, либо не обладают большими средствами для завоевания рынка. В этом случае у бизнеса появляется риск со стороны конкурентов, которые, применив наступательную стратегию, могут потеснить его с рынка;

- стратегия сокращения применяется в том случае, когда изменения в экономике заставляют менять структуру компании.

Самой популярной разновидностью наступательной стратегии считается стратегия роста. У нее существуют подвиды: стратегии глубокого проникновения на рынок, развития рынка, развития продукта, диверсификации (когда компания выходит с новым товаром).

У предприятия в один и тот же период времени может реализовываться не одна, а сразу несколько стратегий. Большие корпорации, производящие разную продукцию, для одного рынка могут использовать стратегию развития рынка, для другого – глубокого проникнове-

ния на рынок. При этом руководитель должен понимать и учитывать условия в каждом конкретном случае, а также общие цели своего бизнеса [6].

При разработке стратегии производства целесообразно придерживаться следующих этапов:

1. Установление стратегической цели.
2. Выявление факторов, определяющих эффективность производства.
3. Анализ рисков и угроз.
4. Обоснование приоритетных направлений развития.
5. Определение принципов развития.
6. Разработка и внедрение комплекса организационно-экономических инструментов и мер.
7. Мониторинг результатов реализации стратегии [4].

Рассмотрим особенности продукции, которые могут быть положены в основу стратегии входа и закрепления на рынке путем вытеснения товаров-заменителей, к которым условно можно отнести традиционную чайную продукцию, часть БАД и лекарственных средств [8].

Ухудшение экологической обстановки, снижение качества и количества продуктов питания, использование сильнодействующих лекарственных средств также приводят к тому, что фиточаи приобретают все большую популярность, так как они способствуют улучшению общего состояния человека. Кроме того, необходимо отметить, что грамотно разработанный продукт (композиция фиточая) обладает еще целым рядом положительных черт, а именно: оптимальными органолептическими показателями, высокими потребительскими характеристиками, имеет удобную упаковку, длительный срок хранения и приемлемую стоимость.

В настоящее время на рынке не только Республики Беларусь, но и других стран ближнего зарубежья имеется довольно широкий выбор фиточаев, ежегодно появляются новые композиции, поэтому разработка фиточаев является весьма актуальной и перспективной задачей. Весьма популярным способом разработки новых составов фиточаев является применение нетрадиционного для чайной культуры растительного сырья. Известны композиции, в состав которых входят тыква, свекла, морковь, петрушка, скорцонера, сельдерей, экзотические растения (ананас, папайя, матэ, хурма, персик), лишайник (пармелия блуждающая), ламинария (морская капуста) и др. Кроме того, весьма перспективным является использование вторичных растительных ресурсов, а именно: листьев, цедры, трав и др. Необходимо отметить, что

в композиции фиточаев включают как культивируемые, так и дикорастущие растения [2].

Растительные композиции могут обладать различными полезными свойствами, но очень часто не имеют хорошо выраженного вкуса и аромата, именно по этой причине фиточаи до сих пор не нашли повсеместного применения в качестве продуктов питания. В настоящее время для корректировки вкуса и аромата при производстве фиточаев используют различные искусственные и натуральные ароматизаторы, масла, экстракты. Однако, на наш взгляд, это приводит к обезличиванию чая. Другой причиной, по которой фиточаи не так широко применяются как традиционные чаи, является «сложность» в их приготовлении. Например, для приготовления одного из видов фиточая необходимо заваренный напиток настаивать на протяжении 15–24 ч в термосе и пить по 1 стакану в первой половине дня за 30 мин до еды. Эти условия ограничивают использование напитка в течение дня [7].

Один из способов получения ароматизированного чая заключается в обработке частичек чая (размер не более 1,5 см) нейтральным маслом, высушенными ароматическими веществами (размер частиц не более 100 мкм). В разных странах, как указано в работе [1], в качестве ароматизатора отдают предпочтение разным добавкам, так, например, в Индии применяют шафран, а на Цейлоне – кардамон и т. д. В качестве натурального подсластителя фиточая можно использовать листья стевии [5].

В настоящее время все больше научных исследований направлены на создание разнообразных лекарственных препаратов, продуктов питания на основе растительного сырья, богатого биологически активными веществами (БАВ), именно поэтому в жизни человека будет появляться все больше дополнительных продуктов растительного происхождения.

Проведенные исследования позволяют сделать вывод, что стратегия развития производства фиточая может быть основана на уникальности вкусовых и лекарственных свойств, большого потенциала использования местного сырья, позиционирования как экологически чистого продукта для здорового образа жизни, возможности безграничного расширения ассортимента за счет смеси различных компонентов.

**Заключение.** Автором разработан алгоритм стратегии развития промышленного производства фиточаев в Могилевской области, которая применима для Республики Беларусь в целом.

*1-й этап.* Установление стратегической цели (вектора цели). Развитие и повышение эффективности импортозамещения чая, фиточая, БАД на основе производства продукции из дикорастущего и культурно

выращиваемого сырья на территории Беларуси с целью укрепления здоровья граждан, сокращения их потребительских расходов на здоровое, экологически чистое питание, увеличения самозанятости населения и возрождения культурных традиций народа.

*2-й этап.* Выявление факторов, определяющих эффективность производства. Это факторы природно-климатические, экологические, научные и информационные, производственные, экономические, организационные, социальные.

*3-й этап.* Анализ рисков и угроз. Это риски и угрозы погодные, технологические, рыночные, макроэкономические, экологические, социальные.

*4-й этап.* Обоснование приоритетных направлений развития:

1. Провести комплексное исследование особенностей культурного выращивания кипрея узколистного на продовольственные и кормовые цели, усовершенствовать технологии.

2. Разработать и наладить выпуск комплекса средств механизации и автоматизации процессов производства фиточаев.

3. Увеличить количество лабораторий и исследований биохимических свойств сырья, произрастающего на территории Беларуси с целью увеличения пищевой и лекарственной ценности продукции, увеличения количества действенных рецептов.

4. Популяризация здорового образа жизни через повышение привлекательности агротуристических, аптекарских комплексов, специализирующихся на выращивании лекарственных трав и оздоровлении с помощью фиточаев, формирование на этой базе устойчивого спроса на фиточаи.

5. Разработать организационно-экономическое обоснование производства фиточаев и сушеной продукции на предприятиях-производителях фруктов, ягод, пряно-ароматического и лекарственного сырья с целью повышения уровня переработки продукции и снижения затрат на хранение и перевозку.

6. Содействовать развитию рынка заготовки сырья от населения.

7. Разработать рекомендации по созданию и функционированию предприятий различных организационно-правовых форм в данной отрасли.

8. Использовать накопленный опыт в фармацевтической отрасли для производства фиточаев.

*5-й этап.* Определение принципов развития. Системный подход при разработке стратегии развития, определение параметров собственного развития производства.

*6-й этап.* Разработка и внедрение комплекса организационно-экономических инструментов и мер. Разработка и утверждение государственной программы народнохозяйственного освоения кипрея узколистного. Формирование системы консультирования по вопросам ведения бизнеса в сфере фиточаев и БАД. Освоение внутрихозяйственных резервов по сбору и переработке сырья для фиточаев. Стимулирование импорта иван-чая.

*7-й этап.* Мониторинг результатов реализации стратегии (определение вектора ошибки). Разработка системы критериев оценки развития рынка фиточаев. Мониторинг внутренней и внешней среды, оценка достижения целевых критериев.

*8-й этап.* Контроль за реализацией стратегии. Анализ причин отклонения и выработка корректирующих мероприятий.

Таким образом, можно сделать вывод, что в Беларуси имеются необходимые условия и ресурсы для развития рынка фиточаев и эффективного импортозамещения чая, лекарственного сырья и БАД.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Безкровная, М. С. Способы ароматизации и оценка качества ароматизированных чаев / М. С. Безкровная, И. А. Татарченко, И. И. Татарченко // Известия вузов. Пищевая технология. – 2012. – № 4. – С. 115–117.
2. Драчева, Л. В., Антиоксидантная активность травяных чаев / Л. В. Драчева, Н. К. Зайцев, О. А. Жарикова // Инновационные продукты питания. – 2011. – № 1. – С. 32–34.
3. Кураков, Л. П. Экономика и право: словарь-справочник [Электронный ресурс] / Л. П. Кураков, В. Л. Кураков, А. Л. Кураков. – М.: Вуз и школа, 2004. – Режим доступа: <http://economics.niv.ru/doc/dictionary/economy-and-law/index.htm>. – Дата доступа: 20.04.2022.
4. Левкина, О. В. Организационно-методическое обеспечение эффективного производства и переработки сои в Республике Беларусь: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / О. В. Левкина; УО БГСХА. – Горки, 2022. – 28 с.
5. Логвинчук, Т. М. Выбор фитосырья для обеспечения высоких органолептических показателей композиций кофейных и чайных напитков на основе комплексного применения цикория и стевии / Т. М. Логвинчук, В. Ф. Добровольский // Пищевая промышленность. – 2018. – № 7. – С. 11–13.
6. Мезенцева, В. Что такое стратегия развития? [Электронный ресурс] / В. Мезенцева. – Режим доступа: <https://news.ners.ru/chto-takoe-strategiya-razvitiya.html>. – Дата доступа: 20.04.2022.
7. Тонизирующий напиток [Электронный ресурс]: пат. RU 2534882 / В. Н. Голиков. – Оpubл. 10.12.2014. – Режим доступа: <https://www.freepatent.ru/patents/2534882>. – Дата доступа: 20.04.2022.
8. Травяной чай [Электронный ресурс]: пат. RU 2346452 / С. В. Касьяненко, А. А. Евневич, О. Е. Сидорова, С. Н. Цветкова. – Оpubл. 20.02.2009. – Режим доступа: <https://www.freepatent.ru/patents/2346452>. – Дата доступа: 20.04.2022.
9. Энциклопедический словарь экономики и права [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/15227>. – Дата доступа: 20.04.2022.