

УДК 338
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОГО РЫНКА
СПЕЦИЙ, ПРЯНОСТЕЙ И ПРИПРАВ

Е. И. БОГОМОЛОВА
Научный руководитель К. И. СЕМЕНОВА
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Специи – ряд продуктов растительного происхождения (сахар, соль и др.). Пряности – это целые или молотые высушенные продукты растительного происхождения, обладающие устойчивым специфическим ароматом и вкусом (гвоздика, имбирь, лук, петрушка и др.). Приправы – сухие смеси нескольких ингредиентов (от 3 до 24). Главными предприятиями, осуществляющими производство и расфасовку приправ, пряностей и специй являются ОАО «Лидапещеконцентраты», ОАО «Белкофе», ОАО «Мозырьсоль», УП «Промконцентратторг». Широкий ассортимент представлен торговыми марками Knorr, Galina Blanca, Maggi, Gurmina, Вкусмастер, Приправка, Premier, реже Cykoria S.A, Rolton, Bon Appetite, Магия Востока, Мивина и др. Торговая марка «Лидкон» – лидер в Беларуси. ОАО «Лидапещекон-центраты» является единственным предприятием, которое ежегодно выпускает более 120 наименований продукции. В 2010 г. предприятие экспортировало продукцию в Германию, США, Польшу, Литву, Молдову, Армению, Россию. В 2011 г. планирует привлечь в техпереоснащение 2,5 млрд бел. р. За 2008–2010 гг. привлекло 7,3 млрд бел. р. в основной капитал, в т.ч. в 2010 г. – 4,2 млрд бел. р. По программе развития вложено 3,2 млрд бел. р., в т.ч. в 2010 г. – 1,8 млрд. Создан новый участок приправ, который оснащен высокопроизводительным итальянским оборудованием по производству приправ и пряностей. Рынок пакетированных специй делится на три сегмента: пряности (25–30 %); универсальные смеси (50–56 %); специальные смеси (15–20 %). На рынке специй, пряностей и приправ выделяют следующие ценовые сегменты: нижний (500–850 р. за стандартный пакет 20 г), средний (800–1900 р.), премиум (1900–3500 р.); люкс (от 9000 р. и выше). Важная тенденция повышения спроса – рост культуры потребления пряностей и приправ. Для развития рынка нужны четко отработанная стратегия и инвестиции на создание и развитие брендов. Еще одна тенденция – повышение качества упаковки. Привлечь внимание потребителя помогают и новинки. Так в 2010 г. на белорусском рынке стала появляться новая торговая марка «Papry». На первом этапе в ассортимент входит 52 разновидности специй и приправ, которые разделены на 5 основных групп: «приправы для...», «зелень», «перцы», «пряности» и «кондитерские добавки». Производится и фасуется продукт польской компанией «Vitpol».