

STUDIAREA SORTIMENTULUI, CALITĂȚII ȘI ORGANIZAREA COMERȚULUI CU SUCURI DIN TOMATE (în baza magazinului Green Hills Market nr.2)

Autor: **Elena CLIMA**

Conducător Științific: **Valentina CALMĂȘ -Conf.Univer.,Dr.Șt. Tehn.**

ASEM

Les jus de tomates jouent un rôle importante dans la nutrition humaine. Ils assurent le corps humain avec des vitamines, des glucides, des minéraux, des substances biologiquement actives.

La production et le commerce de jus de tomates connaît un développement continu. Les principaux exportateurs mondiaux de jus de tomate sont les suivants: Chine, Italie, Allemagne, Ukraine. La République de Moldovie exporte des jus de tomate en proportion de 90%. En 1995, la Moldavie a exporté environ 96,65% du jus de tomate sur le marché des pays CEI et 3,65% sur le marché des pays de l'Union Européenne, mais en 2008 les exportations vers UE ont augmenté de 24,55%. Le jus de tomate détenir la plus grande part dans le commerce et la structure d'assortiment. Les ventes de jus de tomates sont les plus significatives en hiver et en printemps. Les consommateurs autochtones préfèrent les jus de tomates importés.

Cuvinte cheie: suc din tomate, export, sortiment, comerț, calitate.

1. Importanța sucurilor din tomate

Sucul din tomate este un produs care asigură organismul uman cu: glucide, săruri minerale, vitamine și alte substanțe biologice active, esențiale pentru buna desfășurare a proceselor metabolice.

Consumul de sucuri în Republica Moldova, estimat la 8 litri pe cap de locuitor anual reprezintă o cantitate de 4-5 ori mai mică decât în așa țări ca: Franța, Finlanda, Germania, SUA.

Comparativ cu sucurile din fructe sucurile din tomate sunt mai bogate în săruri minerale; se caracterizează printr-un conținut mai mic de calorii decât cele din fructe (sucul de tomate are 18-20 kcal/100g de produs, sucul de struguri are 40-50 kcal/100g de suc).

Sucurile de tomate sunt ușor asimilabile; sunt nutritive, revitalizante, stimulative; îmbunătățesc metabolismul, aduc un plus de vitalitate organismului; contribuie la ameliorarea unor afecțiuni de sănătate. Sucul din tomate are proprietăți bactericide; se folosește ca remediu în cazul anemiei, bolilor reumatice, boli ale prostatei. Stimulează secreția sucului gastric și pancreatic, are proprietatea de a micșora vâscozitatea sângelui și, ca urmare, se reduce riscul afecțiunilor vasculare.

Recent, s-a descoperit că sucurile din tomate conțin izomeri ai licopinei care au proprietatea de a frâna formarea radicalilor liberi și previni formarea metaboliților cancerigeni, reducând cu 40% posibilitatea apariției cancerului de prostată.

2. Volumul sucului de tomate comercializat pe plan intern și extern

Volumul sucului comercializat este în continuă creștere, fiind datorat, în primul rând, creșterii consumului pe cap de locuitor (peste 40 l în Germania) și creșterii potențialului de resurse naturale și de inovații la care a recurs industria sucurilor.

În anul 2007 principalii exportatori mondiali de suc de tomate au fost: Italia, Bulgaria, SUA, Canada, iar cei mai mari importatori mondiali: Belarusia, Germania, Franța, Kazahstan.

Republica Moldova produce o cantitate foarte însemnată de suc de tomate, exortându-l în proporție de 90%. Republica Moldova face parte din topul celor mai mari 20 de exportatori de suc de tomate, ocupând diferite poziții. Cel mai înalt nivel al exporturilor l-a atins în anii 2000-2001 și 1992-1993, ocupând locul trei. A exportat cel mai puțin - 882 tone în anul 2006, deținând locul 17.

Analizând datele expuse în figura 1 se observă că au scăzut considerabil exporturile sucurilor de tomate din cauza lipsei de materie primă.

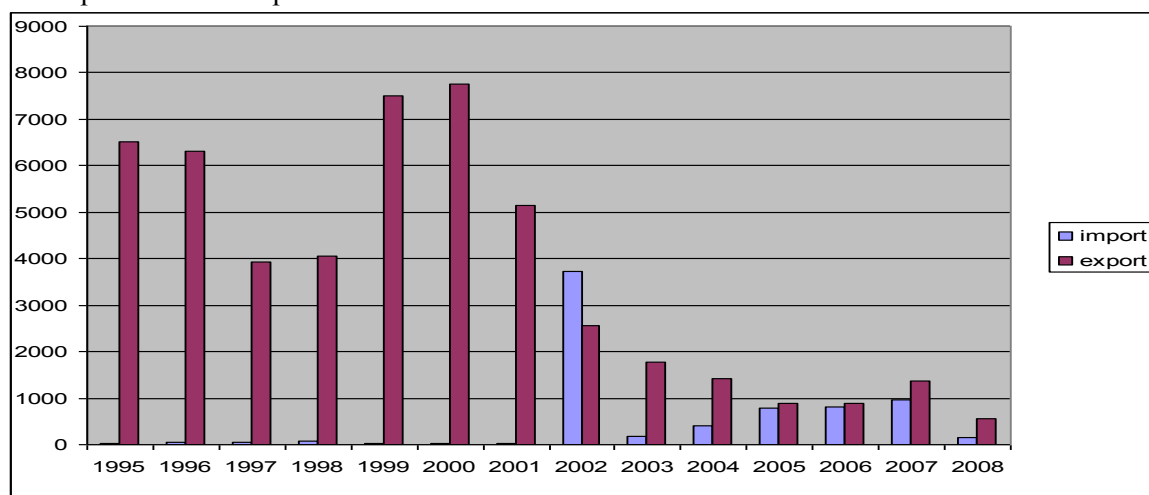


Figura 1 : Exportul și importul sucurilor din tomate (în tone) efectuate de Republica Moldova în perioada 1995-2008¹

Cercetând datele prezentate în figura 1 se observă că Republica Moldova care era în anii 80 o țară exportatoare de suc de tomate, a devenit o țară importatoare și în anul 2002 importurile au depășit exporturile, importând suc de tomate din China.

În anul 1995 Republica Moldova exporta circa 96,65% de sucurile din tomate către piața CSI (6296,9 tone, dintre care: Rusia – 82,67%, Belarusia-15%, Ucraina -1,34%) și 3,65% către țările Uniunii Europene (Letonia, Lituania, România, Germania, etc).

Pe parcursul ultimilor ani, țările europene au atras cantități semnificative ale exporturilor moldovenești de sucuri de tomate. Cantitățile exportate au crescut treptat și în anul 2008 au constituit circa 24,55% (137,1 tone din care România - 46,53%, Lituania-23,55%, Estonia-18%, Italia-5,76%), majorându-se aproximativ de 7 ori față de anul 1995. În țările CSI s-au exportat 73,7% din sucurile din tomate, în special Kazahstan 43,27%, Belarus 36,03% și Rusia 17,78%. Se observă o pierdere de poziții a pieții CSI în favoarea țărilor UE.

3. Analiza sortimentului sucurilor de tomate în baza magazinului Green Hills Market

E cunoscut faptul că cea mai mare pondere atât în comercializarea cât și producerea sucului de legume o are sucul de tomate, ceea ce se observă și în analiza sortimentului comercializat în unitatea comercială Green Hills. Astfel, sucul de tomate are un sortiment cuprins din 22 de denumiri, deținând cota de 81%, pe când sucul de legume are un sortiment format doar din 5 denumiri, având cota de 19%.

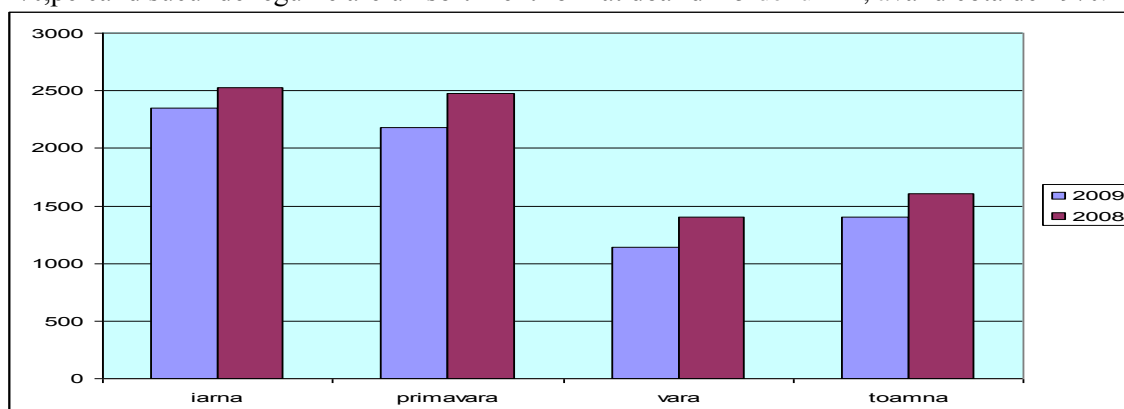


Figura 2 : Vânzările sucului din tomate pe anotimpuri în cadrul supermarketului Green Hills în anul 2008-2009

¹ Date statistice pentru anul 2007 oferite de Organizația pentru Alimentație și Agricultură (FAO)

Analizând datele expuse în figura 2 se observă că vânzările sucurilor de tomate diferă de la un anotimp la altul, consumatorul achiziționând acest tip de suc mai frecvent în perioada rece a anului.

Sortimentul sucurilor de tomate se structurează și în dependență de volumul comercializat. Astfel, în cadrul supermarketului Green Hills se comercializează sucuri din tomate în ambalaje cu o capacitate de 0,25l (1 singur produs, deținând cota de 5%); 1l (14 denumiri, 63%); 1,5l (2 categorii de produse-9%) și 2l (5 denumiri de produse-23%).

Am studiat cererea sucului de tomate Sadaciok în funcție de cantitățile cumpărate și am constatat că clienții preferă în egală măsură cantitatea de 1l și 2l, deținând cota de câte 38%, după cum se observă în figura 3, deoarece economisesc atât timp cât și bani.

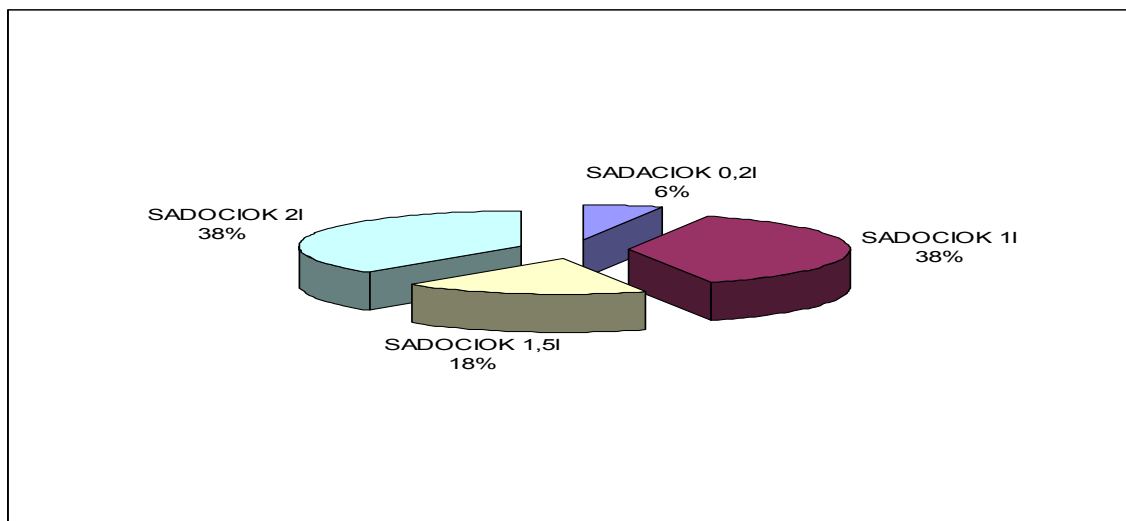


Figura 3: Ponderea vânzării sucului de tomate Sadaciok în funcție de volum în Green Hills în anul 2009

Principali producători care comercializează sucuri de tomate în cadrul magazinului Green Hills sunt atât firmele autohtone: „Orhei Vit”; „Alfa-Nistru”; „Natur-Bravo”, etc, cât și companiile străine precum cele din Ucraina : „ Sandora”; „Jaffa”; și din România : „Tymbark”.

Analizând vânzările sucurilor de tomate pe grupe de producători, am observat că ponderea cea mai mare o au sucurile importate din Ucraina decât cele autohtone.

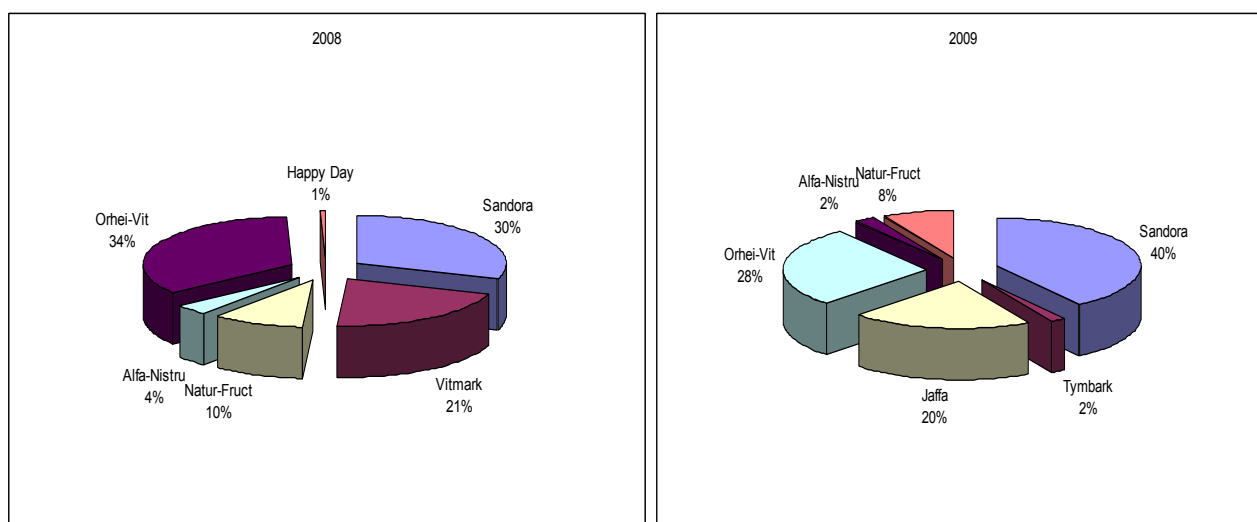


Figura 4: Ponderea vânzării sucului de tomate în supermarketul Green Hills produse de diferiți producători în anul 2008-2009

Pe parcursul anului 2009 rețeaua de comerț „Green Hills Market” Nr.2 a comercializat sucuri de tomate în cantitate de 8302 litri în valoare de 129944 lei. Pentru anul 2009 este marcată o scădere în vânzarea sucului din tomate cu 23%, în comparație cu anul 2009

4. Estimarea calității sucurilor de tomate

În laboratorul catedrei de merceologie și comerț din cadrul ASEM am analizat aspectul calitativ al diferitor sucuri de tomate comercializate pe piața din Republica Moldova. Pentru efectuarea acestei analize am ales opt sucuri, dintre care au corespuns calității doar cinci.

5. Studiarea cererii sucurilor din tomate prin sondaj sociologic

Am efectuat un sondaj pe un eșantion de 115 persoane și am ajuns la următoarele concluzii:

- Persoanele sub 20 de ani achiziționează suc de tomate produs de Jaffa(85%) ,Orhei-Vit(10%) și restul nu sunt fideli unei anumite mărci;persoanele ce au vârsta cuprinsă între 20 și 40 de ani preferă sucurile de tomate produse de Sandora(35%),Orhei-Vit(28%),Jaffa(19%);respondenții cu vârsta cuprinsă între 40 și 60 de ani procură sucuri de tomate produse de Natur-Bravo(22%),Orhei-Vit(45%),Sandora(12%)
- Femeile preferă mai mult sucurile de tomate produse de Sandora(61%),petrec mai mult timp în fața raftului:peste 2 minute(43%),achiziționează mai des(săptămânal-31%),pe când persoanele de genul masculin preferă mai mult sucurile din tomate produse de Orhei-Vit(42%) și stau în fața standului mai puțin de un minut(78%).
- Persoanele cu studii incomplete preferă sucurile din tomate produse de Natur-Bravo în proporție de 36%,pe când cele cu studii superioare-Sandora-53%
- Mai mult de jumătate din respondenți au declarat că promoțiile joacă un rol important în achiziția sucurilor și că influența ambalajelor asupra cumpărării sucurilor din tomate este importantă.
- Factorul principal care influențează achiziția sucurilor din tomate este calitatea(49%),marca(28%) și prețul (23%).
- Respondenții au declarat că cel mai frecvent cumpără suc de fructe(87%) și nu din legume.

Concluzii:

1.În urma studiului bibliografic efectuat am constatat că sucurile de tomate ocupă un loc important în alimentația oamenilor deoarece se caracterizează prin valori biologice și psihosenzoriale înalte, având un conținut sporit de : săruri minerale, vitamine, acizi organici, substanțe aromate, pigmenți , etc .

2.În ultimii ani (2007-2009) Republica Moldova a ocupat locul 17 printre principalii exportatori mondiali de sucuri din tomate.

3.Volumul sucurilor de tomate produse în Republica Moldova a scăzut în ultimii ani(2007-2009) față de 1995 din cauza insuficienței de materie primă.

4.Cele mai solicitate mărci de sucuri de tomate comercializate în magazinul „Green Hills Market” Nr.2 în anul 2009 sunt: Sandora(40%), Orhei-Vit(28%), Jaffa(20%), Alfa-Nistru(2%),Tymbark(2%).

5.Pe parcursul anului 2009 rețeaua de comerț „Green Hills Market” Nr.2 a comercializat sucuri de legume în cantitate de 8302 litri în valoare de 129944 lei. Pentru anul 2009 este marcată o scădere în vânzarea sucului de tomate cu 23% , în comparație cu anul 2008.

6.Consumatorii autohtoni preferă sucul din tomate importat și nu cel autohton.

7.Sortimentul sucului de legume comercializat în cadrul supermarketului Green Hills cuprinde 27 de articole,dintre care sucurilor de tomate le revin 22 de articole.

Bibliografie

1. Banu Constantin. *Principiile conservării produselor alimentare*. Editura Agir,București,2007 p.570
2. Filipova R. L. Volodina „Rolul sucurilor de fructe și legume în tratarea diferitor boli”, Moscova 1999
3. Jamba Afinoghent. *Tehnologia pastrării și prelucrării produselor horticole*.Chișinău 2005.
4. Самсонова А.Н. Ушева В.Б. Фруктовые и овощные соки, Москва ,Пищевая Промышленность.1976. 275ст
5. <http://www.fao.org>