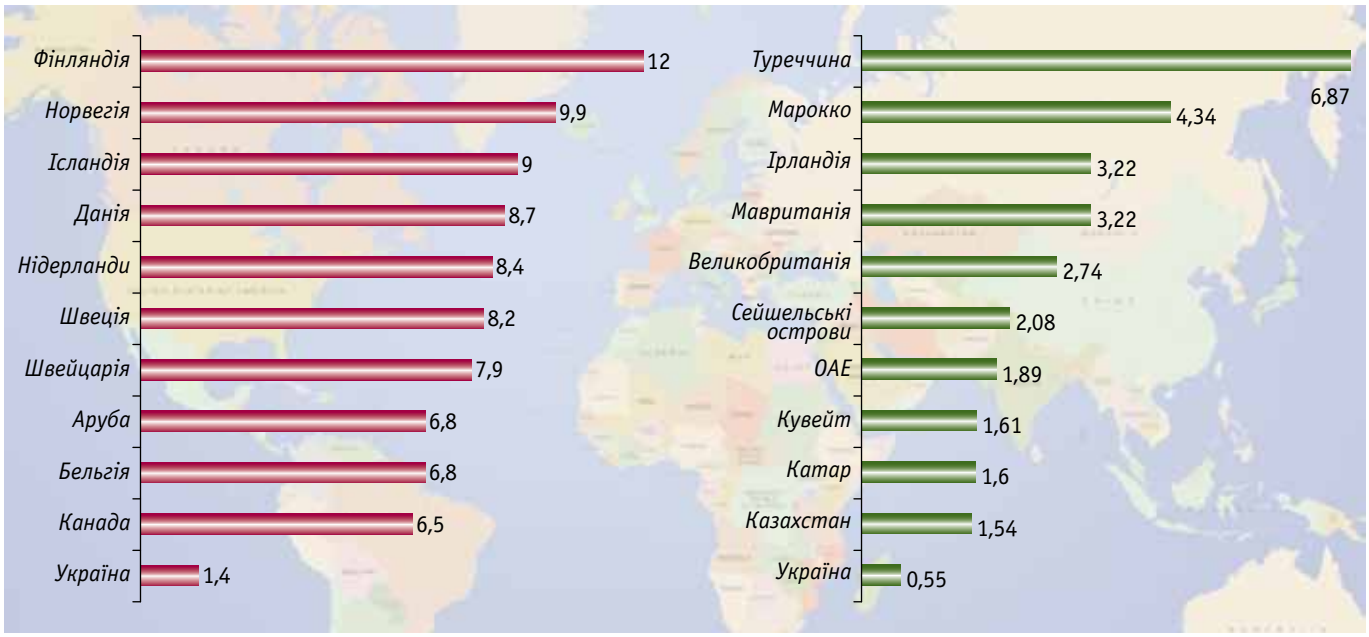
Кава та чай в Україні
(ринок, тенденції, упаковка)

В.М. Кривошей, к.х.н., ІАЦ «Упаковка», м. Київ

Більшість українців уже давно не уявляє собі ранок без філіжанки кави або чаю. Ці напої, які бадьорять та піднімають настрій, уже давно увійшли в наш побут. Тим паче, вибираючи сьогодні для себе каву або чай, наші співвітчизники перш за все звертають увагу не стільки на їх ціну, як на їх якісні властивості: аромат, смак, колір, привабливість та якість упаковки.

Загальні відомості

Каву та чай важко назвати продукцією українського виробництва, навіть якщо їх доробляють, фасують та пакують в Україні. Відомими вирощувачами та переробниками кави є Бразилія, Коста-Ріка, інші країни Латинської Америки та деякі країни африканського й азійського континентів, а чаю – Китай, Шрі-Ланка, Індія, Індонезія та декотрі країни африканського континенту. Проте так сталося, що більше кави та чаю споживають мешканці інших країн (рис. 1). У споживанні чаю перед ведуть Туреччина, Марокко та Ірландія, кави – Фінляндія, Норвегія та Ісландія. Споживання цих напоїв в Україні значно відстає від їх споживання не тільки в країнах першої десятки, але й від середніх показників у світі: чаю (на планеті – 2,4 кг, в Україні – 0,55 кг) та кави (на планеті – 4,2 кг, в Україні – 1,4 кг) на душу населення на рік. Таке відставання можна пояснити багатьма причинами: від економічних та соціальних до пов'язаних із традиціями культури харчування.



а) *б)*

Рис. 1. *Споживання кави (а) та чаю (б) на душу населення в різних країнах, кг*

Стан українського ринку чаю та кави

Не можна сказати, що чай та кава є напоями обов'язкового споживання для людини, однак більшість населення України щоденно випиває хоча б одну чашечку кави або чаю. На жаль, ні кавові дерева, ні чайні кущі в Україні не вирощують. Проте на полицях українських супермаркетів можна побачити чай та каву різних видів та сортів у різноманітній упаковці, вироблені не тільки відомими світовими лідерами ринку, але й вітчизняними компаніями.

Чай. На українському ринку присутні чорний, зелений, трав'яний чай та чай із фруктовими або іншими домішками (м'ята, меліса та ін.). Залежно від типу чайного листа та його розмірів, що суттєво впливає на якість та ціну продукту, розрізняють великолистовий (вищий сорт), ламаний із середнім розміром листа (середній сорт) чай та крихту або висівку (нижчий сорт). Українці надають перевагу чорному (65 %) та зеленому (17 %) чаю. Вони вибирають продукт у найбільш зручній у користуванні упаковці: в паперових пакетиках (48,5 %), листовий в упаковці з картону (28 %), ваговий у паперовій упаковці (17 %).

Загалом, щорічний обсяг вітчизняного ринку чаю коливається в межах 20–24 тис. т залежно від економічного стану в країні. На ринку присутні біля 100 торгових марок. В останнє п'ятиріччя 70–75 % ринку тримає п'ятірка виробників: «Піраміда», «Юнілевер», «Орімі Трейд», «Травень Україна», «СолоМія». Чай в Україну експортують з Цейлону (50 %), Індії (15 %), Кенії (15 %), Китаю (10 %), інших країн (10 %).

Кава. З різних причин оцінити вітчизняний ринок кави не так просто. З одного боку, невідомо, скільки кави завозять в Україну нелегально. Таке відбувається не тільки в нашій країні, бо світовий ринок кави – найбільш темний ринок, хоча за загальними обсягами є другим після ринку нафти. З іншого боку, ціни на світовому ринку кави постійно змінюються через погодні умови, які впливають на врожай, соціально-економічні потрясіння в країнах-виробниках, курси національних валют, спекуляції на міжнародних ринках. До того ж ціну кави формує й дедалі більший попит на цей продукт у країнах, що розвиваються.

За останнє десятиріччя споживання кави в Україні збільшилось на 25 %, а вітчизняний ринок її споживання коливається в межах 45–50 тис. т. Таке зростання експерти ринку пояснюють підвищенням культури споживання кави в Україні, що робить вітчизняний ринок дуже привабливим для інвесторів, виробників та імпортерів. Найбільшою популярністю у вітчизняних кавоманів користуються розчинна (62 %), мелена та кава в зернах (25 %), а також кавові мікси (13 %). Причому з роками спостерігається збільшення споживання кави в зернах та меленої. Цьому сприяють збільшення продажу кавомашин та кавоварок,

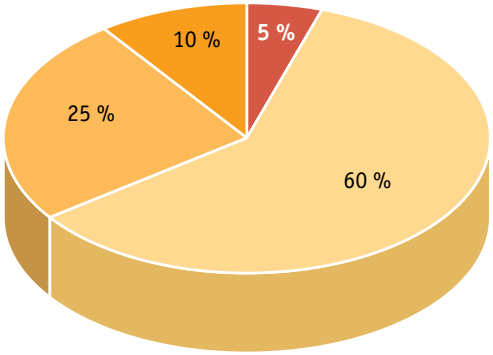


Рис. 2. *Структура упаковки (пачка з картону) для чаю у фільтр-пакетах за її місткістю: – 0,05 кг; – 0,1 кг; – 0,2 кг; – 0,4 кг*

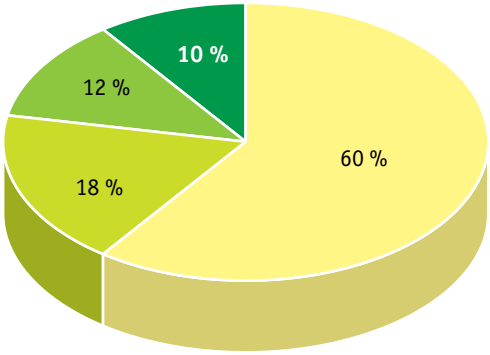


Рис. 3. *Структура упаковки (пакети, що вкладаються в пачки з картону) за їх місткістю: пакет з ПЕ / Al-фольга: – 0,05 кг; – 0,1 кг; – 0,2 кг; пакет з ПП: – 0,25 кг*

а також постійне зростання кількості кав'ярень. 70 % кави українці купують у роздріб для домашнього споживання, 25 % ринку займає система HoReCa, інша кількість кави споживається в офісах та через кавові автомати. Експерти ринку також зазначають, що українські споживачі кави, купуючи її в магазинах, усе більше приділяють увагу таким властивостям продукту, як смак, аромат, привабливість упаковки. Крім цього, для них мають неабияке значення фірма та країна – виробник кави.

Майже 90 % вітчизняного ринку кави займають транснаціональні компанії: «Крафт Фудз», «Нестле», «Штраус Груп», «Орімі трейд» та українські – «Галка», «Віденська кава», «Укркава», «Дніпропетровський комбінат харчових концентратів» та «Арда-Трейдінг». До речі, український ринок не структурований. На ньому присутня велика кількість малих виробників, які займаються обсмаженням кавових зерен. Ця особливість вкладається у світову тенденцію розвитку ринку кави багатьох країн.

Тенденції розвитку кавового та чайного ринків

На жаль, нинішня економічна та політична ситуація в Україні, яка до того ж пов'язана з соціально-економічним станом українських споживачів від'ємно впливає на ринок кави та чаю. Для місцевих виробників кави та чаю настали важкі часи, бо вони безпосередньо залежать від курсу національної валюти та рівня імпорту цих продуктів, який порівняно з минулим періодом понизився на 20 %. Основні причини – цінова політика та особливості попиту на регіональних ринках цих продуктів у світі. До того ж спостерігається перерозподіл у споживанні кави та чаю у напрямку середнього та низького цінових сегментів. Також варто враховувати вплив сезонного фактору на ринок чаю та кави. Зазвичай, восени та зимою споживання чаю зростає на 15–20 %.

Варто зауважити, що конкуренція на українському ринку кави зростає саме через невеликих виробників. Вони пропонують кавові зерна високої якості та за помірною ціною, які користуються потужним попитом в сегменті HoReCa: готелі, ресторани, кав'ярні.

За оцінками експертів сегмент українських фаст-фудів та кав'ярень заповнений лише на 60 %. Ця обставина відкриває шлях для заповнення його міжнародними мережами. До того ж відомо, що рентабельність філіжанки кави в кав'ярнях іноді перевалює за 1000 % – саме така прибутковість і приваблює інвесторів.

А найголовнішим двигуном розвитку українського ринку кави та чаю є відставання у їх споживанні в Україні порівняно із середнім світовим. Саме ця різниця і є основною тенденцією подальшого розвитку українського ринку кави та чаю.

Упаковка для кави та чаю

Відомо, що і кавові зерна, і листочки чаю у відкритому вигляді швидко втрачають свої смакові властивості, особливо свій аромат. Крім того, вони поглинають сторонні запахи, вологу повітря, окислюються, з них випаровуються масла та інші речовини. Через це вони втрачають натуральність, стають неякісними та непридатними до споживання.

Тому виробники кави та чаю приділяють особливу увагу не тільки якості самих продуктів, але й пакувальним матеріалам та упаковці для їх зберігання. Потрібно захистити листочки чаю та кавові зерна або порошок від впливу зов-

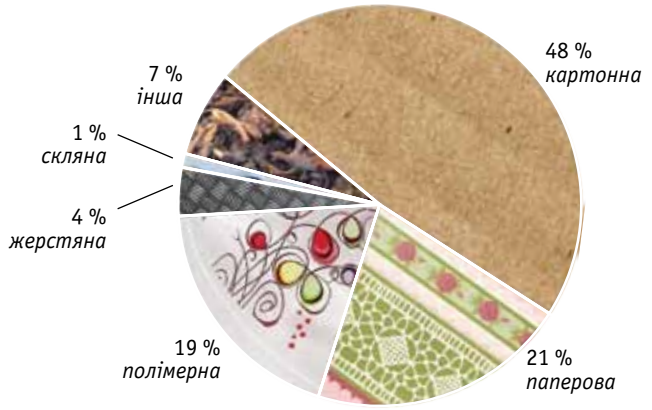


Рис. 4. *Структура уподобань споживачів за видами упаковки для чаю*

нішнього середовища, а це – світло, кисень, волога, інші речовини. Найпростішими матеріалами для виготовлення упаковки для чаю могли би бути картон та поліетиленова плівка. Але картон не може захистити від впливу вологи повітря, а плівка – від впливу низьких температур. Тому виробники чаю найчастіше використовують комбіновану упаковку з кількох пакувальних матеріалів. Це може бути герметичний пакет з гнучкого матеріалу, у складі якого є алюмінієва фольга. Цей пакет вкладають у коробку з картону, яку зверху обтягують полімерною плівкою.

Упаковка з жерсті або з кераміки найбільш естетична та забезпечує достатньо високий рівень захисту чаю. Але її вартість часто-густо перевищує ціну самого чаю. Тому таку упаковку застосовують для колекційних сортів або подарункових наборів відомих світових брендів чаю.

В Україні найчастіше для чаю у фільтр-пакетах використовують пачки з картону для 0,05 кг (10 %), 0,1 кг (60 %), 0,2 кг (25 %), 0,4 кг (5 %), які обтягуються плівкою з поліпропілену (рис. 2).

Чай, який фасують на підприємствах, а це 60 % від усього обсягу, пакують у пакети з гнучкої плівки ПЕ / Al-фольга по 0,05 кг (18 %), 0,1 кг (60 %), 0,2 кг (12 %) або в пакети з поліпропілену по 0,25 кг (10 %). Такі пакети вкладають у пачки з картону, які обтягують плівкою (рис. 2). В усіх випадках ящик з гофрокартону використовують як транспортну тару.

Незначну кількість чаю (до 2 %) фасують безпосередньо в супермаркетах або інших магазинах роздрібної торгівлі під час купівлі чаю. Для цього використовують пакети з поліпропілену.

Цікавими є дослідження компанії «Koloro», які дають інформацію про уподобання українських споживачів щодо різних видів та типів упаковки для чаю. Перше місце посідає чай в упаковці з картону, далі – в паперовій та полімерній упаковці. Зовсім незначну увагу споживачі звертають на жерстяну (4 %) та скляну (1 %) упаковку (рис. 4).

Залежно від кави (в зернах, мелена, розчинна) вибирають пакувальний матеріал та вид упаковки. Для меленої кави найбільш ефективним є пакет із багатошарового гнучкого матеріалу з шаром алюмінієвої фольги. Кава в такій упаковці зберігається під вакуумом. Каву в зернах, зазвичай, пакують у пакети з багатошарового гнучкого матеріалу з шаром алюмінієвої фольги, у яких встановлюють спеціальні клапани, а також зіп-застібки для відкриття, а головніше – повторного закриття таких пакетів. Під час купівлі кави в торгових точках її можуть пакувати в паперові пакети, але зберігати каву в такій упаковці рекомендовано всього 2 тижні. На українському ринку можна зустріти каву в жерстяних або скляних банках.

Отже, можна зробити основний висновок, що чай та каву на українському ринку продають у сучасній, зручній для споживання упаковці. До того ж м'яку упаковку для кави та чаю, а також картонну упаковку для чаю українські виробники здатні забезпечити сучасними пакувальними матеріалами, оформленими сучасними видами друку.

Кофе и чай в Украине (рынок, упаковка, тенденции)
Кривошей В.Н., к.х.н.
В статье представлены общие сведения о кофе и чае, сравнение их потребления в разных странах мира и в Украине. Автор приводит данные о состоянии украинского рынка чая и кофе, основных его производителей, импорте и экспорте продукции. Отмечена зависимость потребления кофе и чая от многих факторов – колебания цены на международных рынках, культуры потребления, покупательной способности потребителей. Показаны тенденции развития рынка кофе и чая в Украине на ближайшие годы. В статье проанализированы упаковка и упаковочные материалы для кофе и чая, которые используются в Украине, приведены их преимущества и недостатки, показаны основные тенденции развития упаковки для этих напитков.
Ключевые слова: кофе; чай; упаковка.

Coffee and tea in Ukraine (the market, packaging, trends)
Krivoshey V.N., Ph.D.
The article is presented an overview of the coffee and tea, their consumption in different countries compared to Ukraine. The author gives details about the state of Ukrainian market of tea and coffee, its main producers, imports and exports. There was a relationship of consumption of coffee and tea on many factors - price fluctuations in international markets, consumer culture, consumer purchasing power. It is shown trends in the market of coffee and tea in Ukraine in the coming years. The article is analyzed the packaging and packaging materials for coffee and tea, which are used in Ukraine, given their advantages and disadvantages, shows the main trends in the development of packaging for these beverages.
Keywords: coffee; tea; packaging.