

# Спеції в Україні (ринок, тенденції, упаковка)

В.В. Халайджі, к.т.н., ІАЦ «Упаковка», м. Київ



*В історії людства спеції зіграли важливу роль. Тривалий час вони залишались дорогоцінною продукцією. Відомо, що через них навіть відбувались військові протистояння, споряджались потужні експедиції. Із часом поступово склався Великий шлях спецій та прянощів – зі Сходу на Захід, насичуючи цим товаром ринки європейського континенту. У далекі часи спеції іноді заміняли золото у платежах: такої високої вартості вони були. Наприклад, за одну мірку чорного перцю (1 тис. зерен, які важили 460 г) давали золота такої ж ваги, а за фунт мускатного горіха можна було придбати корову або чотири вівці. У наші часи спеції з аристократичної продукції перейшли в категорію товарів масового споживання і використовуються для приготування різноманітних страв.*

## Світовий ринок спецій

По-перше, спробуємо класифікувати спеції та прянощі. Одразу залишимо осторонь, поза увагою цієї статті, рідкі, так звані «мокрі» спеції та соуси, до яких належать гірчиця, хрін, майонез, кетчуп та соуси на їх основі.

**Спеції** – це продукти різного, у тому числі рослинного, походження, які додають продукту специфічний присмак. **Прянощі** – цілі або молоті висушені продукти рослинного походження. **Приправи** – це сухі суміші кількох інгредієнтів спецій та прянощів. До їх складу входять різноманітні ефірні олії, які не тільки покращують кулінарні властивості харчових продуктів, але й сприятливо впливають на обмін речовин, роботу нервової та серцево-судинної систем людини, збуджують її апетит, покращують засвоєння продуктів та позитивно позначаються на її загальному стані.

Якщо наприкінці XIX ст. всі класичні спеції та прянощі вирощували та переробляли в колоніальних володіннях Англії, Франції та Голландії, то на сьогодні найбільшими їх виробниками є Індія, Індонезія, В'єтнам та Бразилія. Так, Індія виробляє щорічно близько 2,8 млн т різних спецій та прянощів на суму понад € 4 млрд, експортуючи 230–250 тис. т понад

150 видів такої продукції в більшість країн світу.

Деякі країни займають провідні позиції у виробництві та поставках на експорт визначених видів спецій. Так, основні поставки коріандру йдуть з Марокко, Єгипту, Австралії, Болгарії та Румунії, кмину – з Росії, Сирії та Ірану. Треба зазначити, що потужним постачальником спецій та прянощів є Сінгапур, компанії якого переробляють та фасують духмяну сировину, яка надходить з Таїланду, Шрі-Ланки та інших країн Південно-Східної Азії. Найбільш важливим видом спецій є перець – білий, чорний, паприка, чилі та каєнський. Саме він визначає загальні обсяги ринку спецій, а основні країни – постачальники перцю (В'єтнам, Індія, Малайзія, Індонезія) – щорічно експортують до 200 тис. т цієї продукції. Найбільші обсяги припадають на Індію – 60–75 тис. т на рік та В'єтнам – близько 55 тис. т. Ці країни визначають цінову політику щодо спецій на світовому ринку: класичні спеції мають ціну, яка коливається в межах \$ 1–3 тис. за 1 т, а екзотичні, які постачаються партиями до 10 кг на рік, коштують кілька десятків тисяч доларів за 100 г.

Найбільше спецій та прянощів імпортують компанії США, Німеччини, Японії та Франції.

## Український ринок спецій та прянощів

На початку 90-х рр. минулого століття мало хто в Україні мав уявлення про спеції та прянощі як про товарну групу продуктів та про кулінарні можливості їх використання перш за все в промисловому варіанті. Хоча з давніх часів в Україні вирощують традиційні для цього регіону рослини: петрушку, кріп, часник, селеру та інші, які після переробки (подрібнення та сушіння) стають національними прянощами.

Перші спроби вітчизняного виробництва харчових пряних приправ треба віднести до кінця 1990-х рр., коли в Україну почали завозити, а тут переробляти та фасувати спеції на основі куркуми, каррі та інших продуктів. На початку XXI ст. цей бізнес почав стрімко розвиватися, демонструючи надприбутковість із рентабельністю до 100 %. Це приваблювало нових імпортерів, фасувальників та пакувальників спецій та прянощів. В Україну зайшли потужні виробники духмяної продукції з інших країн. Ринок поділився на сегменти за ціною продукції: преміум, медіум та економ.

Сьогодні український ринок перенасичений асортиментом пряної продукції та пропонує широкий вибір в різних торговельних пунктах (від базару до супермаркету) – від простої паприки до багатокомпонентних сумішей у вигляді приправ до конкретних страв. При цьому пропозиції є як для кінцевого споживача в системі роздрібної торгівлі, так і в системах HoReCa та B2B в оптових варіантах.

На жаль, ринок спецій та прянощів в Україні постійно лихоманить, і причини такого стану криються в економічній та соціальній ситуації. Кризові





явища впливають на купівельну спроможність населення, що миттєво призводить до зменшення споживання пряної продукції преміум-сегмента, дорогих натуральних сумішей та до орієнтування споживача на продукцію з дешевих інгредієнтів. Тисне на ринок і ситуація зі справами основних виробників спецій та прянощів, коли через природні об'єктивні чи суб'єктивні фактори відбувається коливання світових цін. До того ж дуже часто на постачання цієї продукції в Україну впливають не стільки труднощі її закупівлі на світових біржах безпосередньо або через посередників, скільки проблеми на митниці.

За підрахунками фахівців, обсяги виробництва та споживання спецій, прянощів та приправ в Україні перебувають у межах 16–18 тис. т щорічно, а сам ринок цієї продукції вважається нестабільним, таким, що ще чекає на своє потужне зростання. За прогнозами деяких фахівців, він є потенційним у своєму зростанні, а майбутні його межі сягають до \$ 10–12 млн на рік. Оскільки основні спеції та прянощі в Україні не вирощуються, на ринку

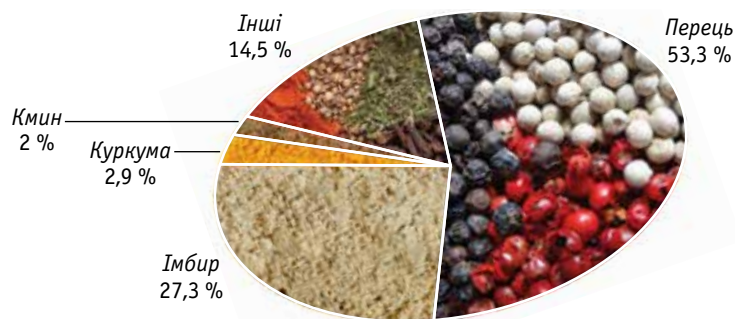


Рис. 1. Товарна структура імпорту спецій та прянощів в Україну в 2014 р.

присутня продукція імпортного походження. За даними компанії Pro-Consulting, товарна структура імпорту цієї продукції в 2014 р. (рис. 1) демонструє першість перцю, за яким йдуть імбир, куркума та кмин. Основна маса спецій в Україну надходить через європейські біржі, наприклад, Голландії, де їх сортують, подрібнюють та фасують. Прямі поставки спецій та прянощів з країн-виробників в Україну практикують не часто. Безпосередньо Україна імпортує продукцію, яка не потребує додаткової переробки, наприклад, стручковий перець.

У той же час в Україні зростає попит на пряні суміші, причому не універ-

сальні на основі рослин, що зростають в країні, а спеціалізовані, склад яких спеціально підібрано для шашлику, м'яса-гриль, страв із птиці, риби тощо. Виробництво таких вітчизняних продуктів ще не знайшло потужного розвитку через низку причин. Серед них – дорожняча переробного (сортувального й подрібнювального) та фасувального обладнання, недешева організація поставок сировини, необхідність проведення рекламних кампаній для просування своєї торгової марки. Тим паче, що український ринок насичений подібною продукцією відомих світових лідерів – торгових марок Vegeta, Delikat, Knorr, Maggi,



# ООО фирма «ИВК ТЕХНИКА»

## упаковочное оборудование и материалы



- вакуумные машины и пакеты
- термоусадочное оборудование и пленки
- скин-упаковочные машины и пленки

- обмотчики поддонов и пленки
- заклейщики скотчем коробов и скотч
- все для пакетирования грузов и обвязки лентами

61004, Украина, г. Харьков, пер. Райсоветовский, 1  
Тел./факс: +38 057 733 09 83; +38 057 733 11 87

[www.upakovka.com.ua](http://www.upakovka.com.ua)  
[info@teknika-ua.com](mailto:info@teknika-ua.com)

Киев, Днепр, Кропивницький, Запоріжжє  
Одеса, Львів, Суми, Херсон



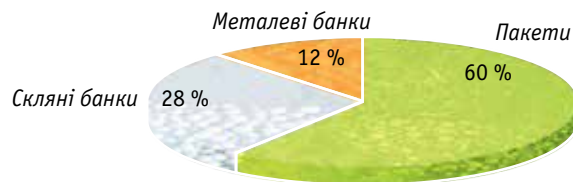
McCormick, Galeo та інших. Вітчизняна продукція універсальних та спеціалізованих сумішей торгових марок «Мівіна», «Аромекс», «Мрія», інших поки тільки завойовує ринок.

### Упаковка для спецій та прянощів

Основними властивостями спецій, прянощів та різноманітних сумішей на їх основі є тонкий аромат і вишуканий присмак. Термін їх придатності зазвичай становить півроку. Правда, якщо до них додати консерванти та ароматизатори, то цей термін можна подовжити до одного року. Але в будь-якому разі важливо за допомогою упаковки не тільки зберегти основні споживчі властивості спецій та прянощів, але й захистити їх від негативного впливу на їх якість повітря, вологи, у деяких випадках і світла. Крім того, упаковка має бути привабливою для споживача й до того ж допомогати йому максимально ефективно використовувати продукцію. Усі ці вимоги, як і екологічність упаковки, її вплив на навколишнє середовище, розробник та виробник упаковки повинен враховувати у своєму виробництві.

Упаковка для спецій та прянощів може бути представлена у вигляді пакетів різної форми, конструкції та розмірів як з паперу, так і з полімерних, у тому числі багатшарових, плівок; скляних та металевих (жерсть) банок (рис. 2). Головною особливістю такої упаковки є її герметичність, яка забезпечується герметичними зварними швами для пакетів та спеціальними засобами для герметичного закупорювання скляних та металевих банок.

Якщо розглянути упаковку з погляду використаних пакувальних матеріалів, то скло та жерсть є майже непроникними як для аромату спецій та прянощів різного складу, так і для повітря та вологи. Скло пропускає певний спектр світла, і це треба враховувати, особливо коли в складі спецій та прянощів наявні інгредієнти, які розкладаються під його впливом. Більш проблематичним є вибір пакувального матеріалу для виготовлення пакетів, які за формою можуть бути плоскими або об'ємними. У першому випадку залежно від вибраної технології та обладнання для пакування спецій та прянощів пакет може бути з трьома або чотирма зварними швами. Для об'ємних пакетів кількість таких швів



**Рис. 2.** Співвідношення видів упаковки для спецій і прянощів, що використовуються в Україні

обмежується трьома: одним поздовжнім і двома поперечними. Кількість швів, а з ними і їх якість, яка виражається через міцність зварних швів і позначається на герметичності пакета, має привернути особливу увагу виробників під час виготовлення упаковки.

Особливо серед об'ємних пакетів треба виділити пакети дой-пак, якими можна замінити скляну та металеву тару. Вони добре стоять на поверхні, а також мають малу вагу, компактні як під час транспортування продукції, так і під час її зберігання в торговельних мережах, на складах та в побутових умовах.

Вибір матеріалу для виготовлення пакета безумовно залежить від самих спецій та прянощів, їх споживчих властивостей, які потрібно зберегти під час терміну придатності продукції, інших вимог до упаковки. Із цієї точки зору фахівці пропонують поділити всі спеції й прянощі на дві групи – агресивні та неагресивні.

Для першої групи компанії пропонують використовувати багатшаровий ламінат у складі ПЕТФ / алюмінієва фольга / ПЕ або тришаровий матеріал у складі ПЕТФ / металізований ПЕТФ / ПЕ. ПЕТФ захищає продукцію від вологи, алюмінієва фольга або металізований ПЕТФ – від сторонніх запахів та відповідає за світлопроникність. ПЕ забезпечує міцність зварних швів і відповідає за герметичність упаковки.

Для спецій та прянощів другої групи рекомендують використовувати:

- двошаровий матеріал БОПП / ПЕ. БОПП може бути глянцевою або матовою;
- двошаровий матеріал БОПП / металізований БОПП. Обидві плівки мають понижені значення проникнення вологи, а металізований ще й притаманна світловідбивна властивість;
- тришаровий матеріал ПЕ / папір / ПЕ. Поліетилен відіграє роль конструкційного та термозварювального шару, зберігає продукцію від проникнення вологи.

Упаковка для спецій та прянощів повинна бути зручною у використанні. Із цією метою застосовують зіп-застібки або просічки для легкого відкривання пакета.

Скляні банки, обладнані спеціальними пристроями для подрібнення спецій та прянощів, мають підвищений попит.

У підсумку варто зауважити, що вибір упаковки для спецій і прянощів – це так само важливий процес у технологічному ланцюгу приготування продукції, як і підбирання й перероблення самих спецій, прянощів і приправ для конкретного їх використання. На українському ринку присутні всі зазначені вище види упаковок, а українські виробники багатшарових пакувальних матеріалів здатні забезпечити виробників цієї продукції матеріалами будь-якого складу. *Ж*

#### Специи в Украине (рынок, тенденции, упаковка) В.В. Халайджи, к.т.н.

Приведена классификация существующих на рынке специй и пряностей. Рассмотрена ситуация на мировом рынке этой продукции. Показаны основные виды продукции, места их производства и экспортные возможности различных стран. Приведены данные по украинскому рынку специй и пряностей. Рассмотрены тенденции развития этого рынка и проблемы местных производителей продукции.

Даны классификация и характеристика основных видов упаковки для специй и пряностей. Приведены основные требования этой продукции к упаковочным материалам и упаковке. Рассмотрены разнообразные виды упаковочных многослойных материалов для агрессивных и неагрессивных видов продукции.

*Ключевые слова:* специи; пряности; рынок; упаковка.

#### Spices in Ukraine (market, trends, packaging) V.V. Khalaydzhii, Ph.D.

The author gives a classification of the existing market of spices, considering the situation on the world market of these products. It is shown the basic types of products, the place of their production and export capacities of different countries. The article presents the data on the Ukrainian market of spices and herbs, the development trend of the market and problems for local producers. The author gives the classification and characterization of the main types of packaging for spices, resulting in the basic requirements of the product to the packaging materials and packaging. The article describes the various types of packaging laminates for aggressive and non-aggressive products. *Keywords:* spices; market; packaging.