

УДК 615.453.8(477)

Ά³αί à ÊÓÍ Ä²ÓÑ

АСОРТИМЕНТ ФІТОЧАЇВ НА РИНКУ УКРАЇНИ

На сучасному ринку України спостерігається значний розвиток сегмента фіточаїв (трав'яних та фруктових). Вони стали традиційним продуктом для споживачів, яким подобаються напої з неординарним смаком, лікувальними властивостями та простим приготуванням. До складу фіточаїв не входить чорний і зелений чайний лист, а лише місцеві трави, плоди та ягоди. Високий попит на фіточаї зумовлений поєднанням у них поживних, смакових і цілющих властивостей, а їх споживання асоціюється зі здоровим способом життя [1; 2].

Приваблюють споживачів і комбінації чорного та зеленого чаю з компонентами рослинного походження: шипшини, м'яти, липи, ромашки тощо. В Україні також поширене аптекарське рослинництво, яке інтенсивно розвивається.

Сегмент трав'яного та фруктового чаю в Україні займає 4–8 % загального обсягу ринку чаїв, 40 % з яких виробляє вітчизняна компанія "Екопродукт" (м. Івано-Франківськ) [3].

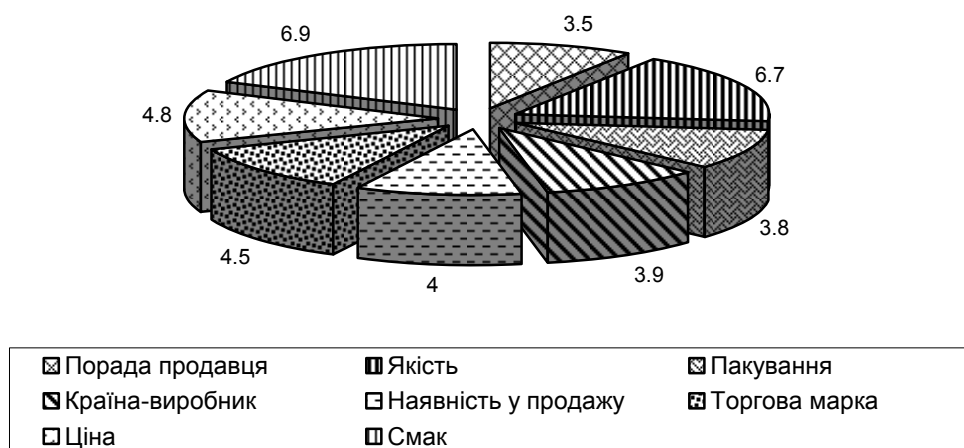
Рівень реалізації трав'яного та фруктового чаїв значно зростає, і споживач вже не асоціює їх із чорним чи ароматизованим чаєм. За прогнозами експертів найближчим часом сегмент реалізації фіточаїв зросте щонайменше до рівня 10–15 %. Це пояснюється об'єктивними чинниками: традиціями населення щодо споживання різних настоїв на основі плодів, трав і ягід, а також великою доступністю сировини для виробників [4].

Останнім часом відмічено поступове звуження сегмента дешевого чаю та поширення середньоцінового й преміум-сегментів. Частка останнього уже перевищує 46 % [5].

Технологія виробництва фіточаїв обмежується переважно сушінням, подрібненням рослинної сировини та її механічним змішуванням (купажуванням). На сьогодні в Україні представлено широкий асортимент вітчизняних та імпортованих фіточаїв. Характерною ознакою українського ринку фіточаїв є гнучкість асортименту: окремі позиції виводяться на ринок, інші зникають.

Позиціонування фіточаїв на вітчизняному ринку ґрунтується переважно на їхніх фізіологічних властивостях і поділяється на дві групи: загальнозміцнюючі та спрямовані на лікування певних захворювань. На жаль, досі не розроблена наукова класифікація фіточаїв.

За результатами опитувань споживачів виявлено, що при виборі фіточаїв вони надають перевагу трьом основним параметрам: смаку продукту, загальній якості та ціні, оптимальне співвідношення яких гарантує успіх певному продукту. Також вагомими критеріями вибору є торгова марка, дизайн пакування, країна-виробник, наявність у продажу (рисунок).



Фактори, які впливають на вибір споживача під час покупки фіточаю (за 8-бальною системою)

Ринку фіточаїв властива виражена сезонність, найжвавіші періоди продажу спостерігаються в березні – квітні та листопаді – грудні. Чай на основі рослин користується особливим попитом у Центральній і Західній Україні та найменш популярний у Східній.

В Україні налічується майже 100 виробників фіточаїв, переважна кількість яких має статус регіональних. Вони випускають продукцію в межах своєї області, а майже 20 % українських виробників мають вихід на національний ринок [6].

Окрему групу фіточаїв становлять шипшинові, які виробляють із різноманітними рослинними добавками, завдяки чому вони відрізняються за смаком, кольором, інтенсивністю настою та спрямованою дією на організм людини.

Особливе місце на ринку чаїв України посідає трав'яний чай. Популярними серед споживачів відзначено такі марки: *Карпатський чай*, *Май*, *Сили природи*, *Доктор Селезньов*, *Аромати Криму*, *Карпатська лікарня*. Як зазначено вище, найбільшим національним виробником фруктового та трав'яного чаю є ПК "Екопродукт". Його продукція представлена на ринку під чотирма торговими марками: *Карпатський чай* – із трав, плодів і ягід; *Карпатська лікарня* – фіточай; *Екопродукт* – фіточай для схуднення; *Чайні скарби світу* – ексклюзивні види чаю.

До асортименту *Карпатського чаю* входять трав'яні та плодово-ягідні композиції під торговими марками *Галка чай* і *Домашній чай* [4].

Карпатська лічниця – це продукція трьох товарних ліній: монофіточаї, вагові фіточаї, фітозбори. Загалом асортимент цієї торгової марки налічує понад 50 видів із використанням екологічно чистої сировини з Карпатських схилів.

Серія популярної марки *Доктор Селезньов* представлена фіточаями для нормалізації артеріального тиску, зміцнення нігтів, росту волосся тощо.

Певний час на ринку України користувався попитом фіточай *Насолода* ТМ *Адоніс*, виготовлений за рецептурою відомого фітотерапевта Є. Товстухи.

У сегменті фруктових чаїв вагоме місце посідають торгові марки *Milford*, *Mabroc* і *Pickwick* [1].

Композиціям фруктів і трав ТМ *Milford* притаманна яскравість та незабутній смак чаїв *Фруктова мрія*, *Шипшина*, *М'ята*, *Ромашка*. В асортименті компанії постійно з'являються нові незвичайні композиції трав і фруктів, а також суміші на основі зеленого чаю. Фруктові пакетовані чаї ТМ *Milford* не містять у своєму складі кофеїну.

Асортиментна лінія компанії *Mabroc* (Цейлон) також представлена чаями з фруктовими добавками та цілющими чаями з додаванням трав.

Рослинний чай *Pickwick* – це оброблені та упаковані в пакетики трав'яні збори з ромашки, шипшини, м'яти тощо [7].

Окрім чайні компанії, врахувавши любов українців до трав'яних чаїв, розширили асортимент збагаченням іноземною сировиною (переважно німецькою). Наприклад, ТМ *Чайна країна* пропонує споживачеві чай *Альпійський луг*, до складу якого входять суцвіття ромашки, лимонна трава, м'ята, гібіскус, плоди цитрусові та шипшини [8]. Пропозиції ТМ *Надін*, яка представлена на українському ринку виробником із м. Дніпропетровська, – великий вибір фруктових і зелених ароматизованих чаїв із додаванням плодів, трав, екзотичних рослин [1].

Оригінальним чаєм під загальною маркою *Формула життя* торгує Обухівське ТОВ "Лабораторія "Невід". Окрім того, ціла група вітчизняних (Харківська обл.) та азіатських (В'єтнам, Китай) виробників продають фіточай через аптеки. ТОВ "Соломія" пропонує оригінальні марки *Меліса* та *Лісова ягода*.

Одним із напрямів розвитку ринку фіточаїв є виробництво не тільки сировини, а й готової продукції. Поруч із традиційною та домінуючою формою – розсипним подрібненим листям – з'являються чайні напої, виготовлені за новітніми технологіями, наприклад, у вигляді грануляту (серія *НІРР*, *Еліксир здоров'я* тощо), який завдяки смаковим властивостям має переваги у споживача.

На ринку фіточаїв України спостерігається досить жвава конкуренція. Виробники конкурують не тільки за рівнем ціни, а й за зовнішнім виглядом пакування фіточаїв. Зростанню попиту на фіточаї сприяла розробка фільтр-пакетів [9]. Загалом, ринок фіточаїв не має певної структури й перебуває у процесі становлення [1; 4].

Незважаючи на те що Україна багата такими цілющими рослинами, як валеріана, шипшина, шавлія, дурман, ромашка, брусниця, чорниця, малина, калина тощо, виробництво фіточаїв вітчизняного виробництва не набуло належного поширення. У лісах України щороку заготовляють майже 7 тис. т дикорослих плодів і ягід, а також понад 5 тис. т лікарських рослин. Здебільшого сировина для фіточаїв імпортується, і лише незначну частку кримських і карпатських трав та плодів використовують у купажах.

Імпортується також і готова продукція – пакетований фіточай, який надходить із Західної Європи та Росії, а за ціною значно вище вітчизняного аналога. Більшість пакетованих фіточаїв виготовляються з німецької сировини фірми "Мартин Бауер", що зумовлено стабільною високою якістю рослин і плодів, яку гарантують німецькі постачальники [10].

Імпортована продукція фіточаїв представлена в Україні також ТМ *Dilmah*, *Milford* і *Goldhand* (Німеччина), *MlesnA* (Шрі-Ланка) [4]. Одним із перших з'явилися фіточаї ексклюзивного дистриб'ютора ТМ *Dilmah* (Англія) – ЗАТ "Дилема (Україна) Лтд". Його асортимент налічує фіточаї з додаванням м'яти, ромашки та шипшини.

Для України найпотужнішими імпортерами фіточаїв у 2008 р. були Росія та Німеччина (таблиця).

Таблиця

**Основні країни-імпортери трав'яних і фруктових чаїв у 2008 р.
(за даними Державної митної служби України)**

Країна-імпортер	Вага, т	Питома вага, %
Росія	849.40	78.91
Німеччина	134.13	12.45
Китай	44.95	4.18
Інші країни	47.77	4.46
Усього	1076.25	100.00

Майже 80 % усього імпортованого фіточаю завезено до України із Росії, що в 6 разів більше, ніж з Німеччини.

Частка вітчизняної продукції (25–30 % фіточаїв) експортується до США, Канади, Ізраїлю, Китаю та інших країн. Україна експортує переважно лікарські трави. Проте за обсягом експорту фіточаїв домінуюче місце в світі посідає Німеччина.

Першу позицію щодо експорту з України трав'яних і фруктових чаїв посідає Росія, другу – Польща та Болгарія. Польща є також найпотужнішим експортером культивованих рослин, а Болгарія – дикорослих із цілющими властивостями. Вітчизняний виробник ПК "Екопродукт" активно експортує продукцію до країн близького та далекого зарубіжжя: Казахстану, Молдови, Білорусі, Ізраїлю, Канади, США та інших країн [3].

Із огляду на тенденції розвитку вітчизняного ринку чаю можна виокремити з них головні:

- у натуральному вигляді обсяги ринку не зростають, проте помітним є зростання у грошовому еквіваленті;
- зростають продажі чаїв у ціновому преміум-сегменті на противагу сегмента дешевих;
- збільшується частка пакетованого чаю за рахунок зменшення вагового;
- зростають продажі ексклюзивного, ароматизованого, функціонального та екзотичного чаїв;
- підвищуються витрати на просування продукції;
- зменшується кількість брендів, представлених у національних мережах України.

Для закріплення своїх позицій на ринку провідні виробники традиційних чаїв виводять на нього трав'яні й фруктові-ягідні чаї як додатковий асортимент до основного продукту. За умови використання вітчизняної сировини експерти прогнозують понад 20 % рентабельності.

Отже, перспективи розвитку ринку фіточаїв пов'язані із загальним зростанням доходів населення та популяризацією здорового способу життя. Достатня насиченість цього сегмента ринку зумовлює у подальшому розширення асортименту та підвищення якості продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Чай* в окошке. Тесты, исследования, рейтинги // Drinks +. — 2001. — № 1. — С. 32.
2. *Порошин А.* Чай пей, не болей! / А. Порошин // *АиФ-Здоровье*. — 2003. — 21 авг. — № 34 (471).
3. Тематичний сайт ПК "Екопродукт". — Режим доступу : <http://www.ecoproduct.if.ua>.
4. *Полищук С.* Пособие для фиточайников / С. Полищук, А. Шереметьев, Ю. Рябошапка // *Бизнес*. — 2003. — № 21 (540). — С. 73.
5. *Миронова В.* Чай. Чаепитие в высокой динамике / В. Миронова // *Новости торговли*. — 2007. — № 9. — С. 48.
6. *Фиточай* пейте на здоровье // *Моя экономика*. — 2006. — № 12. — С. 21.
7. *Загородняя Е.* Ситуация на рынке чая / Е. Загородняя // *Коммерсантъ*. — 2004. — № 218.
8. *Чимирис И.* Тепло твоего чаю, або Якому сорту надати перевагу / И. Чимирис // *Україна молода*. — 2007. — 19 жовт. (№ 192). — С. 8.
9. *Панюшин Р.* Компания "СТ-Медифарм": государство должно заботиться об отечественных производителях / Р. Панюшин // *Фармацевтический вестник*. — 2002. — № 27 (266).
10. *Клиш И.* В чайной церемонии "Гамма вкуса" / И. Клиш // *Товар лицом*. — 2002. — № 37. — С. 18.