

Podaż i spożycie herbaty w Polsce w latach 1950–1995

Miejsce herbaty wśród artykułów spożywczych

Polska zajmuje znaczące 4. miejsce wśród państw europejskich pod względem spożycia herbaty, plasując się za Wielką Brytanią, Rosją i Turcją. Rocznie mieszkańiec naszego kraju wypija 80 litrów herbaty. Polski rynek herbaty jest dwukrotnie większy od rynku kawy. W cenie detalicznej herbaty zawarty jest 22% podatek VAT, co daje pewną znaczącą kwotę wpływów do budżetu.

Ojczyzną herbaty są Chiny, gdzie jest znana od 5 tys. lat. Odkrył ją przypadkowo, jak podaje legenda, cesarz Sheng Nung, gdy listki z dziko rosnących krzewów herbaty spadły do filiżanki z wrzątkiem nadając mu kolor i aromat, a po wypiciu przyjemne ożywienie. Dało to według legendy początek uprawie krzewu herbacianego. Przez prawie 3. tysiąclecia Chiny strzegły sposobu uprawy krzewu, a liści herbacianych nie wywożono. Dopiero około 300 roku p.n.e. krzew herbaciany zaczęli uprawiać Japończycy. W X wieku arabscy kupcy wywieźli suszone listki do krajów Bliskiego Wschodu. Na rynki Rosji herbata trafiła z Chin w wieku XVI, a do Europy Zachodniej w wieku XVII. Trwale herbata umiejscowiła się w Europie dzięki Kamapanii Wschodnioindyjskiej, a następnie Tomaszowi Liptonowi.

Za sprawą królowej Wiktorii i jej sławnych „fife o’clock tea” herbata staje się głównie w Wielkiej Brytanii i wśród rządzących warstw Imperium Brytyjskiego napitkiem narodowym wchodzącym do tradycji angielskiej.

Herbata znana jest w Polsce już w wieku XVII – początkowo wyłącznie jako środek leczniczy. Sama nazwa herbata pochodzi od łacińskiego wyrazu „herba”, co znaczy zioło.

W drugiej połowie wieku XVIII herbata wkracza jako napój znany szerszym kręgom konsumentów. W dziewiętnastym wieku, szczególnie w Zaborze Rosyjskim, staje się artykułem powszechnej konsumpcji, co wynikało z tradycji jej picia w Rosji bez względu na status społeczny. Już wówczas rozwinął się profesjonalny handel herbatą. Sprowadzano ją ze Wschodu poprzez kupieckie firmy rosyjskie bezpośrednio z Chin i Indii, jak i pewne gatunki, zwłaszcza lepsze rodzaje herbaty – z Anglii.

Współcześnie uprawiane odmiany herbaty wymagają ciepła i wilgoci, stąd też w strefie między zwrotnikami znajdują się główne plantacje krzewu herbacianego. Rośnie on na wysokości od kilkuset do 2 tys. m n.p.m. Po około 3–5 latach można zbierać młode liście. Dokonuje się zbiorów systematycznie przez cały rok bądź okresowo. Najwyżej cenione są herbaty cejlońskie (ze Sri Lanki) oraz ze zboczy Himalajów.

Herbaty odmian najlepszych zbiera się ręcznie, a w ich skład obowiązkowo wchodzi pączek – nadający smak i aromat napitku – oraz dwa rosnące pod nim listki, od których zależy bursztynowy kolor.

Herbaty dzieli się według koloru. Znane są 4 barwy: czarna, zielona, żółta i czerwona. Dwie ostatnie pije się wyłącznie w Chinach.

W Polsce, jak i w krajach europejskich pije się herbaty czarne. Badania przeprowadzone w różnych laboratoriach wykazują wybitnie antyrakowe i pozytywne metabolicznie właściwości herbaty zielonej. Jej spożycie w Chinach i Japonii dominuje. Herbaty czarnej w tych krajach prawie się nie spożywa.

Niestety, na polskim rynku zwiększa się sprzedaż herbat granulowanych, podlegających uprzednio obróbce cieplnej i ciśnieniowej. Są one znacznie tańsze i charakteryzują się ciemną barwą napitku.

W świecie głównymi producentami herbaty są Indie i Chiny dostarczające połowę światowych zbiorów (tab. 1). Sri Lanka i Kenia szybko zbliżają się do 10% zbiorów światowych każde.

W Polsce prawie przez cały okres gospodarki planowanej centralnie herbata, w odróżnieniu od takich używek jak kawa i kakao, znajdowała się w sprzedaży ciągłej. Były to jednak herbaty gorszej jakości. Przez całe lata pięćdziesiąte i sześćdziesiąte, a nawet w siedemdziesiątych w obrocie towarowym górowały herbata gruzińska – bez podania marki firmowej – i gorsze gatunki chińskiej. Lepsze markowe herbaty nie były dostępne konsumentom, chociaż popyt na nie był znaczny.

Tabela 1.

Główni producenci i zbiory herbaty w latach 1979–1995 w tys. ton

| Wyszczególnienie | 1979–81 | 1985 | 1990 | 1995 | udział w produkcji światowej w % |
|--------------------|---------|-------|-------|-------|----------------------------------|
| | | | | | |
| Produkcja światowa | 1 859 | 2 287 | 2 532 | 2 653 | 100,0 |
| Indie | 558 | 657 | 715 | 720 | 27,1 |
| Chiny | 334 | 456 | 562 | 600 | 22,6 |
| Sri Lanka | 203 | 214 | 238 | 242 | 9,1 |
| Kenia | 93 | 147 | 197 | 230 | 8,7 |
| Indonezja | 104 | 111 | 156 | 169 | 6,4 |
| Turcja | 80 | 137 | 123 | 135 | 5,1 |
| Japonia | 101 | 96 | 90 | 86 | 3,2 |
| Gruzja | 121 | • | 126 | 74 | 2,8 |
| Argentyna | 29 | 47 | 43 | 55 | 2,1 |

Źródło: Rocznik Statystyczny GUS 1996.

Kierunki importu herbaty do Polski

Import herbaty zwiększył się w roku 1995 w porównaniu z 1950 przeszło 30-krotnie (tab. 2). Poziom importu herbaty z roku 1938 (1,8 tys. ton) przekroczone dopiero w początkach lat pięćdziesiątych.

Pierwszy powojenny kierunek, z którego herbata pochodziła – to zakaukaskie republiki byłego ZSRR. Następnie, pod koniec lat 50. a szczególnie w okresie 1960–1970, powiększa się obszar zakupu tej używki o Indie i lepsze gatunki w Chinach. W okresie 1971–1980 znaczącym eksporterem do Polski, poza wymienionymi krajami, stają się Sri Lanka, Bangladesz, zwiększają się dostawy z Wietnamu i sporadycznie wkracza w roku 1980 Turcja. Do Polski kieruje się niewielki reeksport herbaty ze Szwecji, RFN i Austrii.

Zakupy liściastej herbaty, szczególnie w byłym ZSRR, Wietnamie i w Chinach odbywały się na innych zasadach od obowiązujących w wymianie z prywatnymi hurtownikami. Wieloletnie umowy między państwowe zapewniały stałe dostawy herbaty po uprzednio ustalonych cenach, gatunkach i markach. Niestety, poza pewnymi wyjątkami (niektóre herbaty z Chin) dostarczano do Polski głównie herbaty liściaste gorszych jakościowo gatunków. Po roku 1985 w dalszym ciągu zwiększał się reimport herbaty z Europy Zachodniej. Sprowadzano tę używkę ze Szwajcarii, Wielkiej Brytanii, Francji, Rumunii, a od bezpośrednich producentów – z Indonezji.

Po roku 1990 głównymi dostawcami herbaty liściastej, granulowanej i ekspresowej pozostają Indie, Sri Lanka, Chiny, Bangladesz i Indonezja oraz na miejscu szóstym Belgia – gdzie paczkuje się herbatę marki Lipton. Herbata, przede wszystkim ekspresowa oraz liściasta bardzo dobrych gatunków, pochodzi również z dostaw z Wielkiej Brytanii, następnie z Niemiec, a mniejsze jej ilości z różnych innych kierunków. Zaprzestano, po katastrofie w Czarnobylu, importu herbaty z obszaru byłego ZSRR. Znacznie ograniczono przywóz z Wietnamu. Jednak ze względu na jej 3–4-krotnie niższą cenę od herbat chińskich i indyjskich a dobrą jakość jest ona obecnie sprowadzana i paczkowana w Polsce przez małe firmy. Zdarza się, że herbatę wietnamską sprzedaje się jako cejlońską (ze Sri Lanki).

Obecnie Centralny Inspektorat Standaryzacji w odróżnieniu od okresu PRL, gdy istniał jeden importer herbaty (przedsiębiorstwo „AGROS”), nie może w związku z brakiem normatywów jakościowych stosować sankcji za wprowadzenie na rynek bardzo złego produktu. Również znaczne zwiększenie liczby importerów utrudnia kontrolę każdej partii tego towaru.

Fałszowanie marek herbaty staje się praktyką dość często występującą. Brak odpowiednich norm określających standard herbaty – to znaczy jej kolor, aromat, smak – może spowodować pogorszenie jakości przeciętnie kupowanej herbaty. Należy wprowadzić w Polsce obowiązujące w świecie i oczywiście w Unii Europejskiej normy ISO, dyscyplinujące jakość importu i chroniące rynek herbaty przed

Tabela 2.

Import, ceny i spożycie herbaty w Polsce w latach 1950–1995

| Wyszczególnienie | Jednostka miary | Lata | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|--|
| | | 1950 | 1955 | 1960 | 1965 | 1970 | 1975 | 1980 | 1985 | 1989 | 1990 | 1991 | 1993 | 1995 | |
| Import herbaty | tys. ton | 0,9 | 2,0 | 3,2 | 5,7 | 8,1 | 14,1 | 23,8 | 34,7 | 33,5 | 12,3 | 9,5 | 32,9 | 32,5 | |
| Cena herbaty herbaty ¹⁾ Madras | w złotych za 1 opakowanie 100-gramowe | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 35,0 | • | 0,48 | 0,50 | 0,80 | 1,12 | |
| Liczba 100-gramowych opakowań herbaty Madras możliwych do nabycia za 1 przeciętną miesięczną płacę | liczba opakowań 100-gramowych | 39 | 71 | 156 | 187 | 224 | 356 | 578 | 286 | 251 | 161 | 353 | 479 | 501 | |
| Spożycie herbaty | w kg na 1 osobę w przeciętnym gospodarstwie domowym | • | 0,07 | 0,12 | 0,18 | 0,27 | 0,40 | 0,64 | 0,60 | 0,84 | 0,72 | 0,84 | 0,90 | 0,90 | |

¹⁾Lata 1990–1995 ceny po denominacji w skali 1 : 10 000

Źródło: Roczniki Statystyczne GUS.

oszustwem. Nawet znane firmy światowe mogą przy braku obudowy prawno-normatywnej wtłoczyć na rynek krajowy herbatę gorszej jakości.

Po roku 1992 import herbaty nie wzrasta i utrzymuje się na podobnym poziomie w granicach 32 tys. ton rocznie.

Struktura spożycia herbaty w Polsce

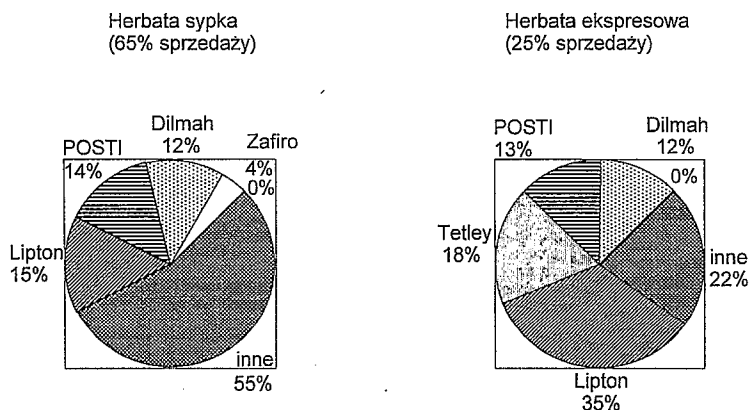
Na krajowym rynku herbaty dostępnych jest około 50 gatunków i kilkaset rodzajów tego napitku.

Konsument w Polsce, po roku 1991, ma dostęp do szerokiego asortymentu różnych jakościowo gatunków herbaty: liściastej, granulowanej, ekspresowej i rozpuszczalnej, zarówno klasycznej jak i smakowej aromatyzowanej.

Od połowy lat dziewięćdziesiątych poprawia się jakość przeciętnie konsumowanej herbaty w porównaniu do okresu poprzedniego oraz do takiej używki jak kawa.

Polski rynek herbaty ma swoją specyfikę zarówno w odniesieniu do samego sposobu jej spożywania, jak i wyboru poszczególnych gatunków. Preferuje się mocny kolor zaparzonej herbaty – mniej już jej aromat czy szczególne właściwości danej marki. Herbata stanowi dla 90% Polaków napitek konsumowany przynajmniej raz dziennie, głównie w porze posiłków. W Polsce aż 75% spożycia herbaty stanowi jej postać sypka: liściasta i granulowana (rys. 1).

W Europie Zachodniej herbaty ekspresowe w strukturze spożycia tego napitku stanowią 80%. W krajach Unii Europejskiej herbaty granulowane są najmniej lubiane. W Polsce odwrotnie, nabywa się jej coraz więcej. Również w Polsce



Rysunek 1.

Struktura spożycia podstawowych marek herbat sypkich i ekspresowych w roku 1995

Źródło: Miesięcznik Handel 6/96 oraz firma Tchibo.

widoczna jest tendencja do wzrostu spożycia herbat w torebkach. W roku 1994 herbata ekspresowa stanowiła 12–14% , w 1995 – już 25%, a w roku 1996 około 35%.

Około 3/4 wypijanego napitku to tradycyjna herbata czarna. W początkach lat 90. zwiększonym zainteresowaniem zaczęły się cieszyć herbaty smakowe – wzbogacane olejkami owocowymi, ziołowymi i innymi. Obecnie mają one 10% udział w sprzedaży. Pozostałe 15% stanowią różne herbaty rozpuszczalne, owocowe, płynne i inne.

W roku 1996 można zauważyć zmniejszenie popytu na herbaty aromatyzowane – szczególnie sypkie. Znane firmy, jak np. Tchibo, ograniczają podaż herbat aromatyzowanych. Może w grupie herbat ekspresowych, smakowych proces ten jest mniej zauważalny. Również nie zostały, jak na razie, zaakceptowane przez rynek herbaty rozpuszczalne.

Przeciętny konsument na krajowym rynku nie ma jak na razie nawyków do picia herbaty o różnych właściwościach ze względu na porę dnia. Na ogół spożywa się tę samą herbatę rano i wieczorem, zamiast wykorzystania pobudzającej herbaty śniadaniowej, odprężającej, aromatycznej po południu czy też odprężającej wieczorem.

Chłonność rynku w Polsce na herbatę zwiększa się od połowy lat dziewięćdziesiątych. Herbata jest produktem powszechnie dostępnym w każdym typie gospodarstwa domowego.

Dzięki umiejętnie prowadzonej reklamie, szczególnie przez firmy o zasięgu międzynarodowym (np. Lipton, Dilmah, Tetley i inne) z rynku polskiego znikają herbaty gorszej jakości. W latach dziewięćdziesiątych zmniejszył się z 90% do 50% udział herbat gorszych.

Od roku 1994 wejście nowych firm na krajowy rynek herbaty, jak również rozszerzenie działalności przez istniejące przedsiębiorstwa wymaga (przy prawie niezmiennej już jego chłonności) stosowania nowych metod w pokonywaniu konkurencji. I tak, na przykład stosuje się bardziej agresywną reklamę w massmediach, na którą polscy konsumenci jeszcze żywo reagują. Według GUS, w 1995 roku wydano na reklamy 16 mln nowych złotych (PLN). Również rozszerza się ofertę sprzedaży. Wprowadza się nowe rodzaje, gatunki i marki herbat. Przykładem takiej aktywności może być firma Gourniet Foods oferująca aż 170 rodzajów marki Dilmah. Również wprowadza się na rynek produkt dopasowany do gustów krajowego konsumenta, na przykład tak jak zrobiła to firma cejlońska MJF Group przygotowując herbatę śniadaniową „Polish Breakfast” – sprzedawaną w ramach sieci McDonalds i w wagonach kolejowych.

Firma Lipton, światowy potentat w produkcji herbaty i obrotach nią, stopniowo zwiększała ofertę na rynek polski. Rozpoczęła podaż od herbat paczkowanych w torebkach, następnie – liściastych, granulowanych i smakowych – uszlachetnianych dodatkiem owoców.

Taka strategia dotyczy również znanych producentów i dystrybutorów jak Tetley czy Tchibo (również wiodący producent na rynku kawy) i kilku innych.

Ceny i spożycie herbaty

Ceny herbaty przez długi, 31-letni okres (1950–1981), w czasie funkcjonowania gospodarki nakazowo-rozdzielczej, pozostawały niezmiennie (tab. 2). Nawet w stosunku do cen innych używek (kawa, kakao, spirytualia, papierosy i inne) herbata była wyjątkiem.

Przy wzroście przeciętnego, nominalnego wynagrodzenia w gospodarce, a nie zmienianych latami cenach herbaty, można było za jedną przeciętną płacę w każdym kolejnym roku nabyć coraz więcej herbaty (tab. 2). Największa liczba paczek 100-gramowych, na przykład herbaty Madras, przypadała na jedną średnią płacę w latach 1980–1981.

Pierwsza, po tak długim okresie, podwyżka cen herbaty wszystkich gatunków, prawie o 100%, została dokonana w roku 1982 i obowiązywała do roku 1984. W kolejnych latach ceny zmieniano odgórnie w każdym roku.

Począwszy od roku 1990 już sam mechanizm rynku wpływa na kształtowanie cen w obrocie herbatą. W latach 90. bez względu na rodzaj herbaty ceny rosną, co odzwierciedla zarówno stan równowagi pomiędzy podażą i popytem, jak i wpływ inflacji.

Na przestrzeni lat 1950–1995 spożycie herbaty wzrosło i w połowie lat dziewięćdziesiątych przypadało około 1 kg rocznie na 1 mieszkańca (tab. 2). Herbata była i jest w Polsce artykułem pierwszej potrzeby. W ostatnich 15. latach pomiędzy typami gospodarstw domowych wystąpiły różnice w ilości spożywanej herbaty (tab. 3).

W latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych najwięcej herbaty wypijano w gospodarstwach domowych emerytów i rencistów. Wynika to ze spadku w tym okresie realnych dochodów tej grupy ludności, przy jednocześnie wyższym wzroście cen innych używek w porównaniu z herbatą. Dotyczy to również w ostatnich latach gospodarstw rolników.

Na rynku herbaty w Polsce mogą nastąpić pewne zmiany dotyczące nie tyle zwiększenia ilości spożywanej herbaty, ile zmian w rodzajach jej konsumpcji. Obecnie zachodzą procesy dostosowywania podaży do popytu w poszczególnych rodzajach herbaty liściastej, granulowanej ekspresowej, smakowej i innych. Utwarzają się na rynku firmy z herbatą markową.

Konsument herbaty nie jest jeszcze wyrobionym odbiorcą tego napitku. Od roku 1990 pojawiło się wiele uprzednio zupełnie nie znanych gatunków, rodzajów i marek herbat. Ta różnorodność podaży, mnogość firm, wzmożona reklama i promocja prowadzi do okresowych przesunięć konsumentów w ślad za tymi zjawiskami. Dopiero po pewnym czasie rynek herbaty ustabilizuje się, a konsument wykaże większe przyzwyczajenie do określonego gatunku tej używki. Powoli powstaje i krzepnie profesjonalny handel herbatą, który pozwoli na utrwalenie gustów i zwyczajów konsumentów herbaty.

Tabela 3.

Roczne spożycie herbaty w Polsce na 1 osobę w gospodarstwach domowych w latach 1979–1994 (w kilogramach)

| Lata | Przeciętnie w gospodar- stwie domowym | Gospodarstwa domowe | | | | | | | |
|------|--|---------------------|---|-----------------------|--|----------|--------------------------------------|-------------------------|---|
| | | razem | Pracowników | | pracowni- ków użytku- jących gospo- darstwo rolne | rolników | pracujących na własny rachunek | emerytów i rencistów | utrzymu- jących się z niezarob- kowych źródeł |
| | | | w tym: na stanowiskach robotni- czych | nierobo- tnicznych | | | | | |
| 1979 | 0,55 | 0,60 | 0,53 | 0,74 | 0,37 | 0,42 | • | 0,79 | • |
| 1980 | 0,64 | 0,70 | 0,61 | 0,85 | 0,42 | 0,47 | • | 0,89 | • |
| 1981 | 0,69 | 0,75 | 0,65 | 0,92 | • | 0,48 | • | 0,95 | • |
| 1982 | 0,61 | 0,66 | 0,57 | • | 0,40 | 0,43 | • | 0,83 | • |
| 1984 | 0,60 | 0,60 | 0,48 | 0,72 | 0,36 | 0,24 | • | 0,72 | • |
| 1985 | 0,60 | • | 0,60 | 0,72 | • | 0,36 | • | • | • |
| 1986 | 0,72 | 0,72 | 0,60 | 0,72 | 0,60 | 0,60 | • | 0,96 | • |
| 1987 | 0,72 | 0,72 | 0,72 | 0,84 | 0,60 | 0,72 | • | 1,08 | • |
| 1988 | 0,84 | 0,72 | 0,72 | 0,84 | 0,60 | 0,84 | • | 1,08 | • |
| 1989 | 0,84 | 0,84 | 0,72 | 0,96 | 0,72 | 0,84 | • | 1,08 | • |
| 1990 | 0,72 | 0,72 | 0,60 | 0,72 | 0,60 | 0,72 | • | 0,96 | • |
| 1991 | 0,84 | 0,72 | 0,72 | 0,84 | 0,72 | 0,84 | • | 1,08 | • |
| 1992 | 0,84 | 0,72 | 0,72 | 0,84 | 0,72 | 0,84 | • | 1,08 | • |
| 1993 | 0,90 | 0,84 | 0,84 | 0,84 | 0,84 | 0,96 | 0,84 | 1,20 | 0,84 |
| 1994 | 0,96 | 0,84 | 0,84 | 0,84 | 0,84 | 0,96 | 0,84 | 1,20 | 0,72 |
| 1995 | 0,90 | 0,84 | 0,72 | 0,96 | 0,84 | 1,08 | 0,84 | 1,20 | 0,72 |

Źródło: Budżety gospodarstw domowych GUS.

Już obecnie widoczne jest przesuwanie się w spożyciu herbaty w kierunku lepszych gatunków i wykorzystywania specyficznych właściwości poszczególnych rodzajów i marek herbaty w ciągu dnia i okazjonalnie.

Literatura

- POCHLEBKIN W., 1976: *Herbata, rodzaje, właściwości, wykorzystanie*. WNT, Warszawa.
- STAŃCZYK M., 1995: Rynek używek. *Home-Market* nr 7.
- Budżety gospodarstw domowych z lat 1979–1995. GUS, Warszawa.
- Tajemnice małego listka. *Gazeta Wyborcza* z dnia 17.02. 1996.
- 50 gatunków do wyboru. *Rzeczpospolita* z dnia 2.12.1996.

Supply and Consumption of Tea in Poland in the Years 1950–1995

Abstract

In Poland, tea is a necessity and its market is twice as big as that of coffee. Black and loose teas are most appreciated. The consumption of granulated teas and teabags has gone up. In the period under study the amount of consumed tea increased over 30 times per person. In the mid-nineties it became stabilized on the level of approximately one kilogram a year. Currently, shifts have been noted to drink better quality teas, making use of specific features of particular blends and brands. Professional tea trade is being developed now.