



УДК 339.138

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ НАПОЇВ В УКРАЇНІ

Студ. Ю.Ю. Колтко, гр. БМР 1-12

Наук. керівник проф. О.І. Хоменко

Київський національний університет технологій та дизайну

На ринку напоїв безалкогольні напої (БАН) створюють окремих макросегмент під назвою NARTD (non-alcohol ready to drink). До цієї групи відносять мінеральні води (підсолоджені або з ароматизаторами); прохолодні напої, до складу яких входить питна вода з цукром або без, ароматизовані фруктовим соком чи есенцією, та барвники; БАН спеціального призначення (дієтичні, діабетичні, тонізуючі, для спортсменів та інші); квас; готові до вживання напої на основі чаю або молока.

Виробництво безалкогольних напоїв досягло свого піку у 2007-2008 рр., а з 2011 року спостерігається суттєвий спад протягом трьох років поспіль - наприклад, у 2012 році обсяги виробництва 2012 року порівняно з 2007 скоротилися на 27%. Обсяги виробництва у низці сегментів за 2013-2014 роки також впали: «Солодкі та газовані напої» -8%; «Мінеральна вода» - 10%; «Квас» -12%; «Соки» -11%. Винятком була категорія «Холодний чай» +2%.

Відмітною рисою цього ринку є сезонність попиту: влітку в піковий період (квітень-липень) споживання завжди зростає майже вдвічі. В цілому, для ринку характерним є низький рівень попиту, що потребує штучного стимулювання засобами реклами.

Ринок БАН має основних лідерів смаку — «Сola», лимон та апельсин. У категорії солодких газованих напоїв найбільшу частку має смак «Сola».

Щодо структури ринку, то мінеральна вода займає 57%; солодкі та газовані напої – 38%; квас – 2%; соки – 1%; холодний чай – 1%. Отже, мінеральні води є незаперечним лідером ринку. Хоча солодкі газовані напої посідають друге місце, пропаганда здорового способу життя суттєво може збільшити частку соків.

Основними гравцями на ринку газованої солодкої води є «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» – 31,9%, «Оболонь» – 15,8%, «PepsiCo» – 18,4%.

Основна проблема, що спостерігається на ринку – зменшення споживання БАН в розрахунку на одного споживача під впливом негативних політичних та економічних факторів протягом 2013-2015 років.

Перспективи ринку оцінюються наступним чином:

1. Загалом індустрія безалкогольних напоїв консолідується навколо великих і сильних компаній-виробників та брендів;
2. У зв'язку з пропагандою здорового способу життя однією з тенденцій буде зростання споживання функціональних напоїв і, як наслідок, зменшення частки солодкої води. Альтернативою для компаній може стати розширення асортименту і пропонування ними вітамінізованих соковмісних напоїв.
3. Ринок безалкогольних напоїв відрізняється високим рівнем конкуренції світових лідерів без тенденцій до зниження, тому можна очікувати лише збільшення маркетингових бюджетів на ньому.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Україна: Огляд економіки 2015. Американська торгівельна палата в Україні. Режим доступу: <http://chamber.ua/uk/Media/PublicationsList>
2. Огляд ринку безалкогольних напоїв (БАН) в Україні [Електронний ракурс]. – Режим доступу: [http://koloro.ua/blog/issledovaniya/Analiz-runka-BAN\\_v\\_Ukraine.html](http://koloro.ua/blog/issledovaniya/Analiz-runka-BAN_v_Ukraine.html)