

УДК 663.86[339.13.017]

Памбук С. А.

pambuk@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-6651-5774

*к.т.н., ст. викл. кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі,
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса*

Мирошніченко О. М.

kushnir.kamenka@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-7376-8008

*к.т.н., доцент кафедри товарознавства та митної справи,
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса*

Шенгелая М. В.

ekspertizaonaft@gmail.com

*асистент, зав. лабораторією кафедри товарознавства та митної справи,
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса*

РОЗВИТОК І ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ЕНЕРГЕТИЧНИХ НАПОЇВ

Анотація. У статті розглянуто тенденції і особливості розвитку ринку безалкогольних енергетичних напоїв в Україні. Під час проведення аналізу розглянуто частку ринка безалкогольних напоїв на категоріями у грошовому вимірі, динаміку обсягів реалізації безалкогольних енергетичних напоїв в Україні. Проаналізовано рівень споживання енергетичних напоїв в Україні, Європі та інших країнах, розглянуто та охарактеризовано основних лідерів ринку. Виявлено та описано основні категорії споживачів енергетичних напоїв, основні канали збуту. Розглянуто як перспективи, так і існуючі обмеження щодо розвитку даного ринку. Встановлено, що ринок енергетичних напоїв в Україні має досить великий потенціал і характеризується достатньо високими темпами зростання протягом всього періоду, хоча при цьому Україна досі відноситься до країн з найменшим рівнем споживання енергетичних напоїв в Європі. Ринок енергетичних напоїв характеризується достатньо високим рівнем монополізації. Значна доля ринку припадає на продукцію 3-х виробників групи компанії «Нові продукти», компанії «Monster Beverage» та компанії «Red Bull». Більшу частину ринку енергетичних напоїв контролюють саме вітчизняні виробники. Лідуючим гравцем на ринку енергетичних напоїв залишається група компаній «Нові Продукти» як в грошовому вираженні, так і по обсягам реалізації, завдяки популярності брендів Pit Bull і Non Stop. Загалом кількість брендів енергетичних напоїв на українському ринку перевищує два десятки. Дистрибуція енергетичних напоїв в Україні здійснюється переважно через мережі роздрібної та оптової торгівлі. Основними споживачами енергетичних напоїв в Україні є активна молодь і головним критерієм вибору напоїв у даній категорії споживачів є ціна. Потенційними споживачами енергетичних напоїв є спортсмени, водії, працівники напруженої фізичної і розумової роботи. Серед проблем, які гальмують розвиток ринку енергетичних напоїв виділено зростання цін при одночасному прояві кризових явищ в країні, антирекламу енергетичних напоїв, популяризацію здорового способу харчування. Прогнозується подальше розширення асортименту енергетичних напоїв і зростання обсягів реалізації, в тому числі, у каналі електронної торгівлі.

Ключові слова: енергетичні напої, ринок, обсяг реалізації, рівень споживання.

Pambuk Svitlana

pambuk@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-6651-5774

*Ph.D., Senior Lecturer of the Department of Marketing, Entrepreneurship and Trade,
Odessa National Academy of Food Technologies, Odessa*

Myroshnichenko Olena

kushnir.kamenka@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-7376-8008

*Ph.D., Associate Professor of the Department of Commodity Science and Customs,
Odessa National Academy of Food Technologies, Odessa*

Shengelaya Marianna

ekspertizaonaft@gmail.com

*Assistant, Head of the Laboratory of Commodity and Customs,
Odessa National Academy of Food Technologies, Odessa*

DEVELOPMENT AND TRENDS OF THE ENERGY BEVERAGE MARKET

Abstract. The article considers the tendencies and peculiarities of the development of the market of soft energy drinks in Ukraine. During the analysis, the market share of soft drinks in categories in monetary terms, the dynamics of sales of soft energy drinks in Ukraine are considered. The level of consumption of energy drinks in Ukraine, Europe and other countries is analysed; the main market leaders are considered and characterised. The main categories of consumers of energy drinks, the main sales channels are identified and described. Both prospects and existing restrictions on the development of this market are considered. It is established that the market of energy drinks in Ukraine has a great potential and is characterised by a fairly high growth rate throughout the period, although Ukraine is still one of the countries with the lowest level of consumption of energy drinks in Europe. The market of energy drinks is characterised by a fairly high level of monopolisation. A significant share of the market falls on the products of 3 manufacturers of the group of companies "New Products", the company "Monster Beverage" and the company "Red Bull". Most of the energy drink market is controlled by domestic producers. The leading player in the energy drinks market is the group of companies "New Products" both in monetary terms and in terms of sales, due to the popularity of the brands Pit Bull and Non Stop. In total, the number of energy drink brands on the Ukrainian market exceeds two dozen. Distribution of energy drinks in Ukraine is carried out mainly through retail and wholesale networks. The main consumers of energy drinks in Ukraine are active youth and the main criterion for choosing drinks in this category of consumers is the price. Potential consumers of energy drinks are athletes, drivers, and workers of intense physical and mental work. Among the problems that hinder the development of the energy drink market are rising prices with the simultaneous manifestation of the crisis in the country, anti-advertising of energy drinks, and the promotion of a healthy diet. Further expansion of the range of energy drinks and sales growth is forecast, including in the e-commerce channel.

Key words: energy drinks, market, sales volume, level of consumption.

JEL Classification: L66, D40, L17, P23

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-28-11>

Постановка проблеми. Ринок безалкогольних енергетичних напоїв є відносно новим сегментом загального ринку напоїв. Але за 15-17 років його існування обсяг продажів енергетичних напоїв в Україні збільшився майже у 26 разів і досяг 61,12 млн. л (станом на 2019 рік) [1; 2]. Вітчизняні виробники значно поширили свою участь на даному сегменті ринку, збільшивши свою частку на ньому до 67% за рахунок виведення відносно недорогої продукції широкого асортименту, потіснивши дорогі імпортовані аналоги. Отже, даний сегмент ринку безалкогольних напоїв є дуже перспективним, хоча слід зауважити що на ньому простежується чітко виражений сезонний характер. Крім того, значна частка потенційних споживачів досі підозріло ставиться до енергетичних напоїв, враховуючи антирекламу, популяризацію здорового способу харчування, зростання цін при одночасному прояві кризових явищ в країні і світі в цілому, що також певним чином гальмує розвиток цього сегменту. Особливості і тенденції розвитку ринку енергетичних напоїв важливо враховувати для перспективного його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням ринку безалкогольних напоїв постійно приділяють багато уваги, як ряд дослідників – Чорна М.В., Смольнякова Н.М, Геннадій Кузнецов (Глава правління Ліги виробників харчових продуктів), так і аналітичних компаній: Nielsen, Pro Consulting, брендингове агентство KOLORO та інші. Дослідники відзначають, що ринок безалкогольної продукції в цілому, і енергетичних напоїв в тому числі, на відміну від інших галузей економіки, має достатньо сприятливі перспективи розвитку, а Україна на цьому ринку має значний ресурсний потенціал [3–5]. Серед останніх тенденцій, пов'язаних із глобальними змінами під час карантину у 2020 році роком дослідники відзначають значне зростання про-

дажів у каналі електронної торгівлі та відповідно ріст актуальності цього каналу для ряду категорій, у тому числі безалкогольних енергетичних напоїв [6].

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз динаміки обсягів виробництва і реалізації енергетичних напоїв в Україні, встановлення їх частки в загальній місткості ринку безалкогольних напоїв, дослідження споживачів та каналів збуту, а також виявлення проблем і перспектив розвитку даного ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Український ринок енергетичних напоїв досить невеликий. На його частку серед загального обсягу продажів безалкогольних напоїв припадає не більше 5% [2]. Але, незважаючи на це, цей ринок має хороші річні темпи зростання.

Категорія енергетичних напоїв демонструє найбільш швидкі темпи зростання грошових продажів, що обумовлено в першу чергу розширенням асортименту та зростанням середньої ціни за літр. Виробники пропонують нові смаки енергетичних напоїв, що привертає споживачів, і дає можливість реалізовувати напої за цінами, трохи вищими ніж аналоги.

Тенденції розвитку ринку безалкогольних енергетичних напоїв характеризуються різною інтенсивністю. Починаючи з 2002 року найбільші темпи зростання обсягів реалізації спостерігались в період 2004–2010 рр. [2; 3]. Розвиток ринку у цей період супроводжувався поширенням участі вітчизняних виробників енергетичних напоїв на даному сегменті ринку. Українські виробники енергетичних напоїв виводили на ринок власну продукцію в широкому асортименті за відносно невисокими цінами, що дало їм можливість збільшити свою частку на ринку до 67%. Також, серед причин зростання обсягу продажів енергетиків в цей період виділяють виробництво більшістю виробників

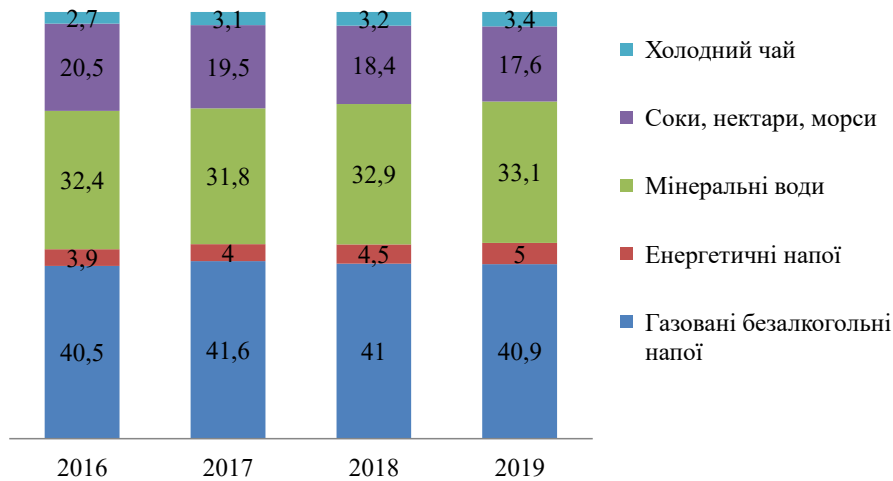


Рис. 1. Частка ринка безалкогольних напоїв за категоріями у грошовому вимірі

Джерело: складено авторами за даними <https://mmr.ua/>

упаковки великого розміру, що спричинило збільшення обсягу напоїв в цілому, а також збільшення кількості споживачів. Динаміку обсягів реалізації безалкогольних енергетичних напоїв в Україні наведено на рис. 2.

Найбільше зниження обсягів реалізації енергетичних напоїв спостерігається у 2014–2015 роках. Загальні обсяги реалізації знизились на 10,7% та 3,0% відповідно, але реалізація в перерахунку на 1 особу за цей період зростає. Зниження продажу у 2014–2015 рр. експерти пояснюють загостренням ситуації з Кримом і Донбасом [3].

Починаючи з 2015–2016 рр. спостерігається різкий підйом реалізації енергетичних напоїв, це відбулось за рахунок недорогих брендів вітчизняного виробництва, що розвиваються та за рахунок розширення виробниками асортиментного ряду енергетичних напоїв.

За даними дослідницьких компаній від 2016 року, Україна знаходиться серед країн з найменшим рівнем споживання енергетиків в Європі [4]. В середньому українці випивають всього близько двох літрів таких напоїв на рік. Однак ринок енергетичних напоїв росте, тому зростає і необхідність коректного інформування споживачів і законодавців. Першим енергетиком в Україні став Vurn від Coca-Cola, що з'явився на полицях магазинів в 2002 році, а в 2005 році вийшов на ринок перший український енергетик – це був NON STOP від ГК «Нові Продукти» [4].

В загальному обсязі енергетичних напоїв, що реалізуються в Україні значна доля ринку припадає на продукцію 3-х виробників – групи компаній «Нові продукти», компанії «Monster Beverage» та компанії «Red Bull». Сумарна частка 3-х компаній займає понад 60%

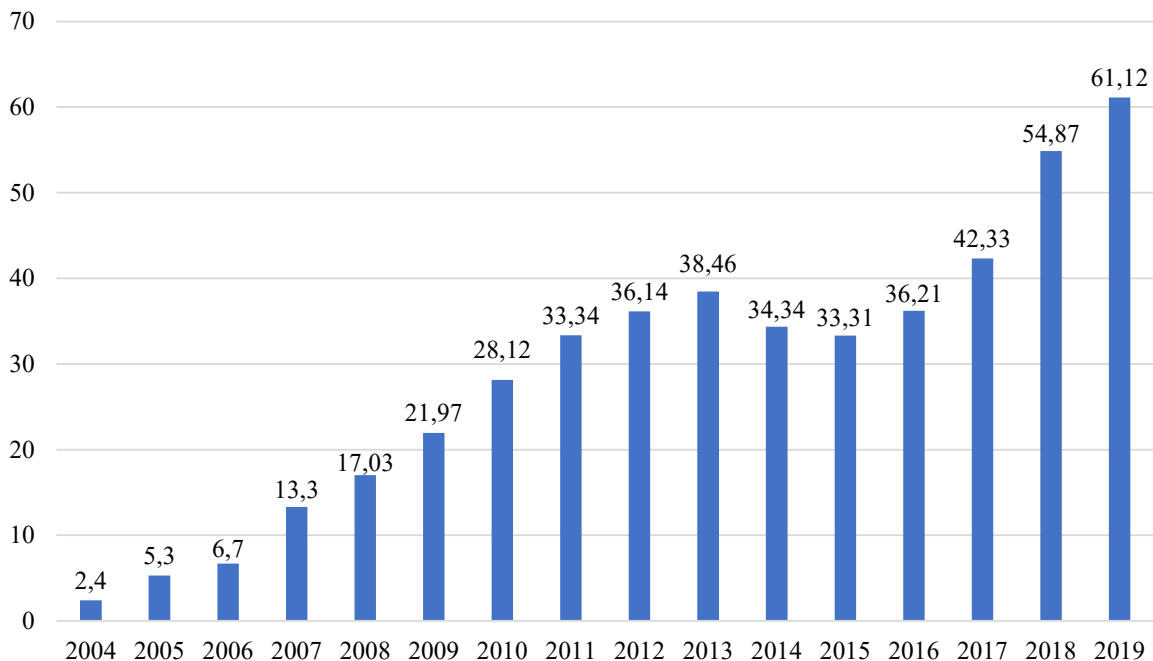


Рис. 2. Динаміка обсягів реалізації безалкогольних енергетичних напоїв в Україні, млн. л.

ринку, що є досить високим значенням і свідчить про значний рівень монополізації ринку.

Група компаній «Нові Продукти» залишалася лідируючим гравцем на ринку енергетичних напоїв в 2019 році як в грошовому вираженні, так і по обсягам реалізації, завдяки популярності брендів Pit Bull і Non Stop. Обидва бренди продовжили демонструвати значне зростання продажів в офф-трейд (торгові центри, супермаркети, магазини, кіоски) [1].

Кількість брендів енергетичних напоїв на українському ринку перевищує два десятки (без урахування спеціальних енергетичних напоїв, які використовують спортсмени під час силових тренувань). Категорія енергетичних напоїв на сьогодні одна з найбільш швидкозростаючих у світі.

Важливою характеристикою ринку є канали продажів напоїв. Дистрибуція енергетичних напоїв в Україні відрізняється від дистрибуції в Європі та інших країнах. Там енергетичні напої реалізуються найбільше в нічних закладах, ресторанах і на автозаправках. В Україні реалізація цих напоїв в клубах і кафе складає близько 10%, а на автозаправках – не більше 20%, а решта 70% реалізуються в мережі роздрібною та оптовою торгівлі. Отже, найбільшими каналами торгівлі є гіпер-супермаркети та продуктові магазини. Разом з тим, у «високий сезон» важливість каналів традиційної торгівлі зростає (внаслідок магазинів імпульсних покупок та відкритих ринків, а також у 2019 році – продуктових магазинів).

Ще одним важливим фактором, що впливає на стан і перспективи розвитку ринку енергетичних напоїв є споживачі. Основними споживачами енергетичних напоїв в Україні є активна молодь, яка проживає в містах, відвідує нічні клуби і кафе. Слід враховувати, що у даній категорії споживачів ціна є головним критерієм вибору енергетика. Серед потенційних споживачів відмічають спортсменів, водіїв і різного роду працівників, які виконують напружену як фізичну, так і розумову роботу протягом тривалого часу.

Споживання енергетичних напоїв в Україні невисоке, складає 0,6-0,7 л на людину за рік [3]. Це значно менше, ніж в європейських країнах, де рівень споживання в середньому складає 5-6 л. Серед європейських країн з найвищим рівнем споживання енергетичних напоїв відмічають Ірландію, Велику Британію та Австрію. В США рівень споживання ще вищий, складає більше 7 л на рік, а в Новій Зеландії – більше 13 л. Дані показники споживання свідчать про потенційну місткість ринку енергетичних напоїв в Україні в перспективи його подальшого розвитку.

Однак слід враховувати, що в багатьох країнах Європи та штатах Америки є певні обмеження щодо продажу енергетичних напоїв. Так, напої заборонені до продажу в Данії, Норвегії та деяких інших країнах. В більшості країн Європи діють обмеження щодо продажів енергетичних напоїв неповнолітнім дітям і підліткам (Франція, Швеція). Подібні кроки до введення певних обмежень простежуються і в Україні останнім часом [4]. Так, у Верховній Раді України зареєстровано проект Закону № 10117 від 01.03.2019 р. "Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо сприяння здоровому способу життя дітей та підлітків" [7].

Мета законопроекту – встановлення правових засад обігу енергетичних напоїв в Україні, обмеження споживання цього продукту дітьми та молоддю.

Законопроектом пропонується:

законодавчо передбачити, що в Україні проводиться державна політика обмеження енергетичних напоїв, а їх реклама, як і інших товарів, шкідливих для здоров'я людини, здійснюється відповідно до Закону України "Про рекламу";

визначити на законодавчому рівні поняття "енергетичний напій" як, газований або негазований безалкогольний напій (за винятком чаю, кави та напоїв на основі кавових та чайних екстрактів), який містить кофеїн з будь-якого джерела походження у кількості, що перевищує 150 мг/л та/або інші компоненти, які стимулюють центральну нервову систему, перелік яких та максимально допустимий рівень їх концентрації в енергетичних напоях визначається центральним органом виконавчої влади у сфері охорони здоров'я;

законодавчо закріпити вимоги щодо маркування енергетичних напоїв, які реалізуються в Україні;

заборонити споживання енергетичних напоїв особами, які не досягли 18-річного віку;

заборонити продаж енергетичних напоїв: особам, які не досягли 18-річного віку; у приміщеннях та на території навчальних закладів, закладів охорони здоров'я; у спортивних спорудах; з торгових автоматів; у місцях проведення культурно-масових заходів; у споживчій тарі місткістю більше 0,33 л.

Автори законопроекту зазначають, що спеціальне правове регулювання відносин у сфері виробництва та обігу енергетичних напоїв в Україні – відсутнє. Існуюча реклама не забезпечує належного інформування споживачів про можливий негативний вплив їх вживання на здоров'я людини, а також про можливу небезпеку, яку несе цей продукт для окремих категорій та груп населення. Не в повній мірі ця інформація відображається і на упаковках торгових марок, під якими реалізуються енергетичні напої.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Проаналізувавши стан та основні тенденції на ринку безалкогольних напоїв в Україні можна відмітити такі його особливості: ринок характеризується достатньо високими темпами зростання протягом всього періоду, окрім 2014–2015 рр.; динаміка споживання енергетичних напоїв в Україні свідчить про його збільшення, хоча і незначними темпами. Частка продукції вітчизняного виробництва складає близько 67%. Ринок характеризується достатньо високим рівнем монополізації. Основною категорією споживачів є активна молодь, яка віддає перевагу вітчизняним брендам з невисокими цінами. Також варто звернути увагу на тенденцію здорового способу життя. Згідно з дослідженням Nielsen (The Conference Board® Global Consumer Confidence Survey), серед ключових тем, які турбують українців, зазначається здоров'я. Ситуація з коронавірусом лише актуалізувала питання здоров'я та укріплення імунітету. Сучасний споживач звертає увагу на наявність у продукції корисних елементів та відсутність шкідливих. Напої зі знизеним вмістом цукру чи без цукру, так звані «функціональні напої» (ті, що містять додаткову користь, вітаміни, мінерали) вже продемонстрували популярність серед українських споживачів та з великою ймовірністю залишатимуться актуальними у категоріях безалкогольних напоїв і надалі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ринок енергетичних напоїв в Україні. URL: <http://koloro.ua/blog/issledovaniya/rynok-jenergeticheskikh-apitkov-v-ukraine-poslednie-tendencii-lidery-rynka-predpochteniya-potrebitelej.html>
2. Как развивается рынок безалкогольных напитков в Украине. URL: <https://mmr.ua/show/kak-razvivaetsya-rynok-bezalkogolnyh-napitkov-v-ukraine-issledovanie-nielsen>
3. Чорна М. В., Смольнякова Н. М., Волосов А. М. Аналіз ринку як передумова визначення конкурентоспроможності нової продукції. *Економічний простір*. 2016. № 108. С. 90–101.
4. Добросовестная конкуренция: тернистый путь энергетических напитков в мире и Украине. URL: <https://delo.ua/opinions/dobrosovestnaja-konkurencija-ternistyj-put-energ-373295/>
5. Хахаева М. Маркетингове дослідження макросередовища ринку безалкогольних напоїв. *Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах неіндустріального суспільства* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (27 жовт. 2020 р.) / відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. Електрон. дані. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2020. С. 734–736.
6. Розвиток ринку безалкогольних напоїв в Україні. URL: <https://sostav.ua/publication/rozvitok-rinku-bezalkogolnikh-napo-v-v-ukra-n-85469.html>
7. Офіційний веб-портал Верховної ради України. Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо сприяння здоровому способу життя дітей та підлітків. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=65601

REFERENCES

1. The official site of BA KOLORO (2019), “Energy drinks market in Ukraine”, available at: <http://koloro.ua/>

[blog/issledovaniya/rynok-jenergeticheskikh-apitkov-v-ukraine-poslednie-tendencii-lidery-rynka-predpochteniya-potrebitelej.html](http://koloro.ua/blog/issledovaniya/rynok-jenergeticheskikh-apitkov-v-ukraine-poslednie-tendencii-lidery-rynka-predpochteniya-potrebitelej.html)

2. Marketing Media Review “How the market of non-alcoholic beverages is developing in Ukraine”, available at: <https://mmr.ua/show/kak-razvivaetsya-rynok-bezalkogolnyh-napitkov-v-ukraine-issledovanie-nielsen>

3. Chorna, M. V., Smolniakova, N. M. and Volosov, A. M. (2016), “Market analysis as a prerequisite for determining the competitiveness of new products”, *Ekonomichnyi Prostrir*, vol. 108, pp. 90–101.

4. Ukrainian business portal Delo.UA “Fair competition: the thorny path of energy drinks in the world and Ukraine”, available at: <https://delo.ua/opinions/dobrosovestnaja-konkurencija-ternistyj-put-energ-373295/>

5. Khakhaieva, M. (2020), “Marketing research of the macro-environment of the soft drinks market”, *materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* [materials of the International scientific-practical conference], *Innovatsiyni rozvytok ta bezpeka pidpriemstv v umovakh neoindustrialnogo suspilstva* [Innovative development and safety of enterprises in a neo-industrial society], Lutsk: University. Lesya Ukrainka, Ukraine, pp. 734–736.

6. Information and analytical portal Sostav.UA “Development of the soft drinks market in Ukraine”, available at: <https://sostav.ua/publication/rozvitok-rinku-bezalkogolnikh-napo-v-v-ukra-n-85469.html>

7. Official web portal of the Verkhovna Rada of Ukraine “Draft Law on Amendments to Certain Legislative Acts to Promote a Healthy Lifestyle for Children and Adolescents”, available at: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=65601

Стаття надійшла до редакції 14 січня 2021 р.