

УДК 339.3:663.6

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ

Тюха І.В., Погребна А.В.

Національний університет харчових технологій

У статті досліджено теоретичні аспекти розвитку ринку безалкогольних напоїв України. Проаналізовано сучасний стан вітчизняного ринку безалкогольних напоїв, в якому показана структура ринку безалкогольних виробів, обсяги виробництва безалкогольних напоїв в Україні у 2011–2016 та десять найбільших виробників безалкогольних напоїв. Надана структура експорту та імпорту безалкогольних напоїв України в натуральному та вартісному виразі у 2014–2016 рр. А також визначено чинники (бар'єри) для розвитку вітчизняного експорту даної продукції. Запропоновано шляхи розвитку та реалізації експортного потенціалу вітчизняних виробників безалкогольної продукції.

Ключові слова: ринок безалкогольних напоїв, структура ринку, виробництво, експорт, імпорт.

Постановка проблеми. Безалкогольні напої – це велика група смакових товарів, яка об'єднує напої з різноманітними властивостями та технологіями одержання, які покликані вгамувати спрагу і мати освіжаючу дію.

Тому проблема створення й виробництва безалкогольних напоїв загальнооздоровчого призначення має винятковий вплив на розвиток харчової і переробної промисловості. Достатньо гострими лишаються питання формування та реалізації експортного потенціалу підприємств галузі безалкогольних напоїв.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем та тенденцій розви-

тку ринку безалкогольної продукції присвячені праці вітчизняних дослідників, зокрема таких як Н. В. Редько, А. О. Заїнчковський, І. О. Шаповалова, А. М. Кушніренко, Н. М. Обіюх, В. А. Голян, С. В. Фертюк, Я. В. Запорізька, М. Я. Гавриляк, Т. Квишко, О. А. Круглова, М. Б. Цопа та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Переважна більшість наукових праць і оглядів перерахованих вище дослідників присвячена саме вивченню стану ситуації на ринку безалкогольних напоїв України, проте експортний потенціал підприємств даної галузі мало досліджений.

Мета статті. Основною метою статті є аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку вітчизняного ринку безалкогольних напоїв, а також пошук шляхів розвитку експортного потенціалу вітчизняних виробників безалкогольної продукції.

Виклад основного матеріалу. У світовій практиці досі не утворилося єдиного розуміння того, що саме слід відносити до безалкогольних напоїв. Кожна країна вирішує цю задачу по-своєму. Так, у Великобританії до безалкогольних напоїв відносять солодкі газовані і негазовані напої, бутильовану воду, соки, а також розчинні напої.

В Україні згідно з Державним класифікатором продукції та послуг Держкомстату України, до безалкогольних напоїв (напоїв із концентрацією спирту не більше 0,5%) відносяться [3]:

- води мінеральні підсолоджені або ароматизовані;
- напої прохолоджувальні безалкогольні, типу лимонаду, оранжаду, коли і т.п., виготовлені з використанням питної води, підсолоджені або не підсолоджені, ароматизовані фруктовими соками або есенцією, до яких додані барвники;
- напої безалкогольні спеціального призначення (дієтичні, діабетичні, тонізуючі, для спортсменів тощо);

- квас;
- напої, виготовлені на основі молока, какао, чаю та інші напої, які є готовими до споживання.

Безалкогольні напої за зовнішнім виглядом поділяють на: рідкі напої – прозорі й замутнені та концентрати напоїв у споживчій тарі.

Залежно від сировини, технології виробництва й призначення напої поділяють на групи: соковмісні; напої на зерновій сировині; напої на пряно-ароматичній рослинній сировині; напої на ароматизаторах (есенціях і ароматних спиртах); напої бродіння; напої спеціального призначення; штучно-мінералізовані води [2].

Рідкі напої за ступенем насичення двоокисом вуглецю підрозділяють на типи: сильногазовані, середньогазовані, слабогазовані, негазовані.

Рідкі напої за способом обробки поділяють на непастеризовані; пастеризовані; напої із застосуванням консервантів; напої без застосування консервантів; напої холодного розливу; напої гарячого розливу.

В даний час вітчизняними заводами та цехами з виробництва безалкогольних напоїв випускаються [2]:

- напої безалкогольні газовані з низькою калорійністю, а також для хворих на цукровий діабет з застосуванням аспартама, ксиліту, сорбіту та інших цукрозамінників. Такі напої є напоями спеціального призначення;
- напої газовані, що представляють собою насичені двоокисом вуглецю водні розчини цукру з додаванням продуктів переробки плодово-ягідної сировини (соків, екстрактів тощо), пряно-ароматичної, в тому числі рослинної (настоїв трав, коріння, цедри цитрусових і т.п.) сировини, ароматичних речовин (есенцій, ефірних олій), барвників, органічних кислот;
- напої на зерновій сировині, що представляють собою насичені діоксидом вуглецю розчини концентрату квасного суслу, сахарози, харчових кислот та інших ароматичних і смакових речовин;

- напої бродіння, до яких відносять хлібний квас, плодово-ягідні кваси;
- води штучно мінералізовані, виготовлені із сумішей солей і насичені діоксидом вуглецю;
- напої негазовані, в тому числі сухі напої, шипучі і не шипучі, виготовлені з цукру, винокам'яної кислоти, соди, есенцій і барвників.

Проаналізуємо структуру ринку безалкогольних напоїв України у 2016 році.

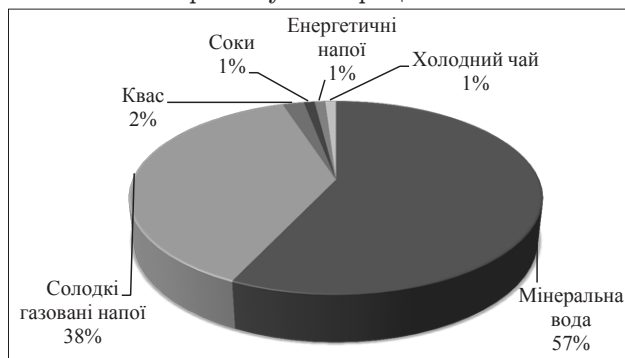


Рис. 1. Структура ринку безалкогольних виробів в Україні, 2016 р. [4]

Як видно з рис. 1, мінеральні води залишаються незаперечним лідером ринку. Солодкі газовані напої також займають суттєву частку ринку. Динамічне зростання демонструють енергетичні напої, оскільки вони функціональні і підходять для кількох ніш: молоді люди і доросле покоління. Квас, соки і холодні чаї сприймаються як альтернатива і тому користуються популярністю у незначних кількостях. Однак існують прогнози, що пропаганда здорового способу життя буде чинити істотний вплив на зростання сегменту «Соки» [4].

Проаналізуємо обсяги виробництва безалкогольних напоїв України за 2011–2016 рр., млн. дал.

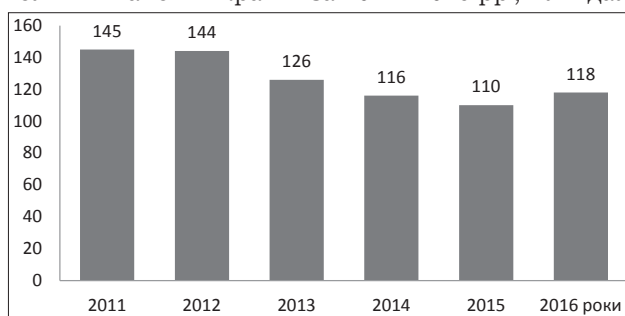


Рис. 2. Обсяги виробництва безалкогольних напоїв в Україні у 2011–2016 рр., млн. дал. [4]

Отже, як бачимо з рис. 2, у виробництві безалкогольних напоїв з 2011 року спостерігається суттєвий спад. Так, у 2015 році обсяги виробництва порівняно з 2011 скоротилися на 24%. Проте, не зважаючи на нестабільний економічний стан в країні, у 2016 році обсяги виробництва зросли на 7,6%.

Протягом 2015 року українські виробники соків і вод переживали наслідки нестабільного та кризового 2014 року, в результаті чого істотно впали обсяги виробництва продукції. За даними Державної служби статистики України, виробництво фруктових та овочевих соків у 2016 році впало на 45%, до 255 тис. тонн, а сокових сумішей – на 18%, до 202 тис. тонн.

Обсяг виробництва газованих напоїв скоротився на 7% і становив в кінці 2015 року 75,6 млн дал, а негазованої знизився на 4%, до 34,5 млн дал. Обсяг виробництва безалкогольних напоїв склав 110 млн дал, що на 6% менше, ніж на рік раніше.

Не зважаючи на те, що обсяги виробництва соків і сокових сумішей зменшувались, їх темп скорочення був нижчим у порівнянні з 2015 роком.

У першому півріччі 2016 року виробництво фруктових і овочевих соків скоротився на 15% у порівнянні з аналогічним періодом 2015 року – до 97,9 тис. тонн, а сегмент сокових сумішей при цьому навіть виріс на 1,4% – до 105 тис. тонн.

Обсяги випуску негазованої води в січні-червні 2016 року зросли на 20%, до 20,4 млн дал, а газованої – на 6%, до 34,6 млн дал.

Обсяги виробництва безалкогольних напоїв українських підприємств-виробників також зросли, але не набагато. Обсяг випуску цього виду продукції в першому півріччі 2016 року склав 56,6 млн дал, що на 2,7% більше, ніж в минулому році.

Оскільки ринок безалкогольних напоїв – це один з найбільш гнучких ринків по відношенню до попиту, основною причиною падіння обсягів виробництва є падіння купівельної спроможності населення та девальвацією національної валюти.

Розглянемо десять найбільших виробників безалкогольних напоїв, продукція яких представлена на вітчизняному ринку [5]:

1. Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед («Coca-Cola», «Fanta», «Sprite», «Bonaqua», «Schweppes», «Burn», «Rich», «Rich Kids», «Nestea»);

2. Моршинський з-д мінеральних вод «Оскар» («Моршинська», «Трускавецька», «Vorjomi»);

3. «Дочірнє підприємство ПАТ «Оболонь» «Красилівське» («Ріо-де-мохіто», «Живчик унік», «Кола Нова»);

4. Миргородський з-д мінеральних вод («Миргородська», «Аква няня», «Aqua life»);

5. Виробнича фірма «Панда» («Артезіанська», «Делішес», «Дюшес», «Кола»);

6. Аквапласт («Фругс», «Арабелла») з Дніпропетровська (дочірня компанія PepsiCo).

7. Малбі Беверідж («Бон Буасон», «Блек», «Блек натур»);

8. Київський з-д безалкогольних напоїв «Росинка» («Ситро», «Апельсин», «Лимон», «Лимонад», «Тархун», «Узвар», «Фейхоа», «Мохіто Класік», «Софія Київська» ТМ Capri-Sonne, квас «Український традиційний», «Водка-лимон», «Водка-клюква», «Бренді-кава»);

9. Еконія («Малятко-вода», «Малятко-сок», «TeenTeem», «Чайкава»);

10. Орлан («Знаменівська», «Два океани», «Каліпсо», «Газовані напої «Біола», «Газовані напої «Ретро», «Газовані напої «Бриз», «Газовані напої «Прем'єра», «Ісу-Сола», «Квейк», «Smile», «Соки Біола», «Соки Літо», «Холодний чай»).

Серед внутрішньоринкових тенденцій слід відмітити концентрацію провідних виробників на безалкогольній продукції для дітей. В умовах зниження купівельної спроможності більшість населення скорочує особисте споживання, але обсяги покупок товарів для дітей не знижуються. Тому в категорії соків, нектарів і сокових напоїв дитячі соки – це найбільш динамічно зростаючий сегмент.

Крім того, зросла орієнтація виробників на продукції «екосегменту», розширенні лінійки за рахунок органічних видів напоїв. Таким напоєм віддають перевагу споживачі стійкі до коливань економічної кон'юнктури.

Роблять ставки на екопродукцію і в компанії Galicia, яка розширила асортимент, запустивши лінійку органічної продукції. «Не дивлячись на загальне падіння ринку, ми бачимо перспективи в органічній продукції, тому що є різні категорії покупців. Одні гостро відчули економічну кризу, в той час як інші готові купувати якісну продукцію, і в першу чергу органічну», – зазначає керівник відділу маркетингу Galicia Катерина Кукош.

Така ж ситуація склалася й на ринку мінеральної води. Виробники мінеральних вод відновлюють продуктову лінійку продукцією для дітей і відмовляються від води, яка не відповідає здоровому способу життя. IDS Vorjomi Ukraine почала випускати воду для немовлят і вивела бренд «Сорочинська», що не була природною мінеральною водою [5].

Вітчизняний ринок безалкогольних напоїв не є закритою системою, а отже змінює свій вигляд внаслідок зміни сальдо зовнішньоторговельних операцій.

Проаналізуємо експорт та імпорт вод, включаючи мінеральні та газовані, з додаванням цукру чи інших підсолоджувальних речовин к 2014–2016 рр. (табл. 1).

З табл. 1 видно, що за 2014–2016 рр. роки найбільша кількість безалкогольних напоїв України експортувалась в Азербайджан, Молдову та Білорусь. Отже, майже 90% українського експорту солодких газованих вод припадало на країни СНД. Щодо імпорту – в 2016 році лідерами є такі країни як Росія, Австрія та Нідерланди.

Україна входить до п'ятірки найбільших світових експортерів соків. Основний експортний продукт – яблучний сік. Основну питому вагу поставок за кордон забезпечує одна компанія – Т.В.Fruit, яка експортує 98% своєї продукції. У 2015 році експорт соків в натуральному виразі скоротився на 6%, до 116,7 тис. тонн, а в грошовому впав на 36%, до \$ 114,5 млн.

На відміну від соків, частка експорту мінеральних вод і солодких напоїв в обсягах продажу українських виробників невелика. Поставки за кордон вод без додавання цукру в 2015 році зросли на 26%, до 6,1 млн дал, але виручка при цьому знизилася на 13% і склала \$ 1,99 млн. Що стосується солодких напоїв, то їх експорт впав на 28%, до 8,2 млн дал, в грошовому виразі – на 40%, до \$ 40,2 млн.

Основними ринками збуту для українських соків у 2015 році були Польща і Австрія (62% і 14% відповідно), на третьому місці Білорусь з часткою в 7%.

2016 року лідерами зі закупівель українських соків залишаються країни ЄС: Польща (57%) і Словаччина (9%). Білорусь збільшила свою частку до 13%.

Слід також відзначити, що на зовнішні ринки традиційно відправляється більш якісна, преміальна продукція. Ця тенденція зберігається в період низького попиту на соки в Україні, коли виробники намагаються переорієнтуватися на зовнішні ринки [5].

Ступінь реалізації експортних можливостей галузі безалкогольних напоїв України є не достатнім, оскільки суттєвим обмежуючим чинником (бар'єром) для розвитку вітчизняного експорту даної продукції виступає саме низька якість продукції. Зокрема, в останні роки бракується і знімається з реалізації більше 50% перевірених безалкогольних товарів, майже кожна друга тонна перевірених безалкогольних напоїв і мінеральних вод, більше третини перевірених соків та соковмісних напоїв. Це свідчить про те, що українська продукція має певні недоліки в якості, що не дозволяє повністю реалізувати свій експортний потенціал.

Висновки і пропозиції. Основна проблема, що спостерігається на ринку безалкогольних напоїв – це зниження їх споживання в розрахунку на одного споживача під впливом негативних політичних та економічних факторів в країні протягом 2013–2016 років.

Але незважаючи на негативну тенденцію зменшення обсягів виробництва та реалізації безалкогольної продукції, даний ринок має значні ресурси та перспективи для подальшого розвитку:

– індустрія безалкогольних напоїв консолідується навколо сильних та великих компаній-

виробників та брендів. Тому такі підприємства мають більше можливостей для здійснення експортної діяльності.

– у зв'язку з пропагандою здорового способу життя, виробникам безалкогольних напоїв слід активізувати виробництво функціональних напоїв та відповідно скоротити частку виробництва солодкої газованої води. В якості альтернативи можна розглядати розширення асортименту вітамінізованих соковмісних напоїв підвищеної біологічної цінності.

– дешеві напої починають втрачати позиції, оскільки на перший план виходить якість. Тому підприємствам з метою формування та розвитку експортного потенціалу доцільно переглянути співвідношення ціна-якість.

Ринок безалкогольних напоїв відрізняється від інших ринків високим рівнем конкуренції світових лідерів без тенденції до зниження попиту, тому слід очікувати лише збільшення маркетингових бюджетів та досліджень на ньому.

Отримані результати можуть бути використані виробниками безалкогольних напоїв при збуті продукції на вітчизняному ринку, а також при розробці стратегій виходу підприємств на зовнішній ринок як відправної точки для подальших пошуків партнерів за кордоном.

Таблиця 1

Структура експорту та імпорту безалкогольних напоїв України в натуральному та вартісному виразі у 2014–2016 рр.

2014 р.					
Азербайджан	2260131,0	1289,7	Росія	4512472,8	3252,1
Білорусь	2953227,0	3756,0	Нідерланди	1059542,0	1200,7
Молдова	9080102,9	4806,2	Польща	545913,2	503,3
Росія	4110276,9	1832,3	Угорщина	80514,0	92,6
Німеччина	1869108,0	658,4	Швейцарія	1828510,9	1688,9
Польща	1118584,0	364,3	Грузія	1395632,0	864,5
Грузія	926310,0	655,0	Корея	618594,2	573,9
Туреччина	205920,0	99,2	Таїланд	108841,5	158,1
США	1317536,0	405,7	США	100403,1	109,9
2015 р.					
Азербайджан	1647627,2	772,4	Росія	412044,4	256,1
Білорусь	1325156,0	1655,2	Австрія	1725659,4	839,3
Молдова	1176116,9	4092	Нідерланди	804927,0	789,2
Росія	2690631,0	1082,2	Польща	243497,2	161,4
Литва	63276,0	145,5	Угорщина	372240,0	288,8
Німеччина	1922910,0	553,7	Швейцарія	1641087,0	793,2
Польща	1633064,0	477,8	Грузія	260668,8	128,6
Грузія	2697399,8	1159,4	Корея	168599,2	161,6
США	1342247,8	385,8	США	21067,8	22,3
2016 р.					
Азербайджан	361264,8	116,4	Росія	3600,0	2,3
Білорусь	102513,0	117,5	Австрія	140767,9	104,7
Молдова	790330,3	163,6	Нідерланди	42873,6	32,6
Гана	111744,0	35,4	Польща	42347,2	25,8
Африка	111744,0	35,8	Угорщина	18720,0	13,8
Німеччина	31632,0	7,9	Швейцарія	193563,9	137,0
Польща	206334,0	56,6	Туреччина	4104,0	2,8
Грузія	271044,0	93,2	Китай	4334,4	3,7
Китай	75846,0	27,1	Бельгія	7038,7	18,4

Джерело: Складено автором на основі [1]

Список літератури:

1. Державний комітет статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Дослідження ринку безалкогольних напоїв UA ECONOMIC. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uaeconomic.com/ulens-1233-1.html>
3. Гавриляк М.Я. Дослідження споживчих переваг на ринку безалкогольних напоїв / М.Я. Гавриляк, Р.О. Шевчик // Вісник Львівської комерційної академії. Серія товаровознавча, 2014. – Вип. 14. – С. 130–133.
4. Квишко Т. Аналіз стану ринку безалкогольних напоїв в Україні [Електронний ресурс] / Т. Квишко // збірник наук. праць IV студентської науково-практичної конференції «Товарознавчі та маркетингові дослідження товарних ринків». – В.: Вид-во Вінницького тогочасно-економічного інституту. – 2017. – Режим доступу: <http://www.vtei.com.ua/konfa/4/4.pdf>
5. Топ-10 виробників безалкогольних напоїв AGRONEWS. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agronews.ua/node/72198>

Тюха И.В., Погребная А.В.

Национальный университет пищевых технологий

**СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ****Аннотация**

В статье исследованы теоретические аспекты развития рынка безалкогольных напитков Украины. Проанализировано современное состояние отечественного рынка безалкогольных напитков, в котором показана структура рынка безалкогольных изделий, объемы производства безалкогольных напитков в Украине в 2011–2016 и десять крупнейших производителей безалкогольных напитков. Представленная структура экспорта и импорта безалкогольных напитков Украины в натуральном и стоимостном выражении в 2014–2016 гг. А также определены факторы (барьеры) для развития отечественного экспорта данной продукции. Предложены пути развития и реализации экспортного потенциала отечественных производителей безалкогольной продукции.

Ключевые слова: рынок безалкогольных напитков, структура рынка, производство, экспорт, импорт.

Tykhа I.V., Pohrebna A.V.

National University of Food Technologies

**STATE AND TRENDS OF THE DEVELOPMENT
OF THE DOMESTIC MARKET OF SOFT DRINKS****Summary**

The article deals with theoretical aspects of the development of the market for soft drinks in Ukraine. The current state of the Ukrainian market of soft drinks is analyzed, which shows the structure of the soft drinks market, the volume of production of soft drinks in Ukraine in 2011–2016 and the ten largest soft drinks producers. The structure of export and import of soft drinks of Ukraine in natural and cost terms in 2014–2016 is given. Also, factors (barriers) for development of domestic export of this product are determined. The ways of development and realization of export potential of domestic producers of soft drinks are offered.

Keywords: soft drinks market, market structure, production, export, import.