

# ХАРАКТЕРИСТИКА, СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ

**Крайнюченко О.Ф.**, канд. екон. наук,

*Національний університет харчових технологій*

Започаткування та стрімкий розвиток ринку безалкогольних напоїв відбулися ще на початку минулого століття. Ці напої скоро набули популярності як серед молоді, так і серед більш зрілого покоління. Все більше компаній намагалося освоїти цей сегмент. Ринок безалкогольної продукції стрімко зростав та розвивався. Навіть і зараз підприємствам, які спеціалізуються на виробництві даної продукції, цей вид діяльності приносить стабільний прибуток.

Концентрація сучасного вітчизняного безалкогольного ринку відносно невисока. На теперішній час на ринку працюють близько 300 офіційних виробників безалкогольних напоїв. Точно невідома кількість сезонних виробників, які виходять на ринок зі своїм підпільним виробництвом тільки на сезон. За різними оцінками, сезонних гравців більше двох сотень. Тим не менше, кількість сезонних фірм хоч і повільно, але скорочується.

Спостерігається поступове витіснення і поглинання крупними компаніями дрібних. Зникненню малих підприємств з ринку сприяє і державне регулювання. Негативний вплив на діяльність невеликих виробників спричиняють складність залучення кредитів та виплати високих відсотків.

Поки що складно виділити хоча б одного виробника, який був би визнаний безумовним лідером ринку. Більша половина загальнонаціонального випуску безалкогольної продукції припадає на 6 компаній: компанія «Кока-Кола» (Київська область), ЗАТ «Ерлан» (Дніпропетровська область), ТОВ «СЕСА» (Харківська область), ЗАТ «Оболонь» (м. Київ), ВАТ КЗБН «Росинка» (м. Київ), ВФ «Панда» (м. Вінниця).

Крім лідерів, на ринку діють багато середніх та дрібних підприємств, тому для оцінки ступеня інтенсивності конкуренції було проведено аналіз рівня монополізації ринку. Дослідження інтенсивності конкуренції на ринку за допомогою індексу Харфіндела-Хіршмана (IХХ) показало, що протягом останніх років ринок безалкогольних напоїв був немонаполізованим, тобто “вільним” для конкуренції, виконувались і умови безпечності конкуренції відповідно до українського законодавства. Протягом досліджуваного періоду величина IХХ стабільно знижувалась, і очікується, що ця тенденція зберігатиметься найближчими роками. Така ситуація, а також поява сезонних виробників зумовлені нестачею виробничих потужностей у крупних гравців для забезпечення постійно зростаючого ринку. Окрім того, на ринку безалкогольних напоїв достатньо компаній-середняків (15-20 %), яким для подальшого розвитку і підвищення конкурентоспроможності необхідно або об'єднуватися з іншими гравцями, або будувати нові виробничі майданчики.

Загалом формування сучасного українського ринку безалкогольних напоїв відбувається під впливом таких чинників, як:

- розширення крупними компаніями географії дистрибуції;
- збільшення інвестицій в нові технології;
- розширення асортименту і розвиток перспективних ніш.

Великі виробники все активніше розширюють свою мережу дистрибуції за рахунок нових регіонів. Це призводить до загострення локальної конкуренції. Найбільш гостра боротьба спостерігається на ринку Києва, де місцеві виробники вже декілька сезонів поспіль відстоюють свої позиції, конкуруючи з виробниками всіх регіонів України.

З підвищенням добробуту українців і культури споживання різних напоїв, поступово сформуються категорії нішевих продуктів, найпопулярнішими в найближчих сезонах будуть: холодні чаї, тихі соковмісні напої, енергетики, що містять різні корисні для організму компоненти, напої з різними функціональними добавками, цікаві смакові комбінації екзотичних фруктів.