

## МІЖНАРОДНИЙ РИНОК RTD-НАПОЇВ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ

**Кривоножко Ксенія Вікторівна**

*магістр,*

*Одеський національний технологічний університет*

RTD («ready-to-drink») – категорія готових до вживання напоїв, переважно слабоалкогольних, яка впевнено завойовує світовий ринок. Вона охоплює алкогольні та безалкогольні продукти, зокрема коктейлі, змішані напої та інші напої, які вже мають необхідний склад для моментального вживання. Головною ідеєю RTD є зручність упаковки такого напою: його легко взяти з собою, зручно відкрити та відразу випити. Ці продукти особливо популярні завдяки економії часу.

Започаткованою ця концепція була у 1980-х роках, а першим продуктом був охолоджувач вина («wine cooler») – алкогольний напій, виготовлений з вина та фруктового соку, часто в поєднанні з газованим напоєм і цукром (рис. 1).



**Рис. 1. Приклад напоїв «охолоджувач вина»**

*Джерело: [1]*

Але сплеск популярності цього формату напоїв відбувся наприкінці 2010-х і на початку 2020-х років, викликаний захопленням міцними сельтерами («hard seltzer» – напої на основі газованої води з низьким вмістом алкоголю (близько 5%), часто з додаванням ароматизаторів та фруктових смаків [2]) та пандемією Covid-19, коли люди хотіли пити зручні напої вдома [3].

Спершу були популярними міцні сельтери, проте згодом популярності набули консервовані коктейлі («canned cocktails») у форматі RTD – більш складні напої на основі алкоголю з додаванням фруктів, соків, сиропів, спецій та інших додатків (наприклад, мохіто, маргарита тощо) у залізних банках чи невеликих пляшках, їхній вміст алкоголю варіюється від 5 до 30%. Це пов'язано із більшим профілем смаку та ширшим асортиментом [4].

Прогнозується, що консервовані коктейлі стимулюватимуть найбільше зростання продажів RTD-напоїв у світі, і очікується, що у 2025 році їх обсяги перевищать обсяги продажів міцних сельтерів: так вже у 2026 році очікується обсяг консервованих коктейлів на рівні 26% від всіх RTD-напоїв, а міцних сельтерів – на рівні 20% [5].

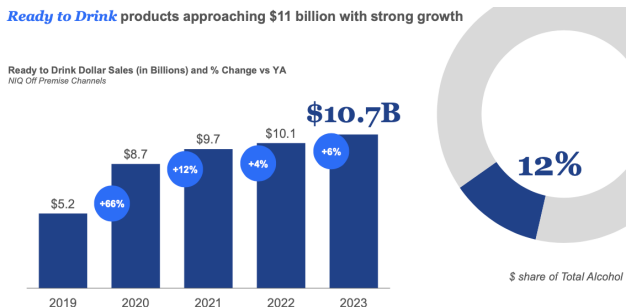
Окрім міцних сельтерів та консервованих коктейлів, до алкогольних RTD відносяться винні спритзери (вино, змішане з газованою водою та фруктовими ароматами), міцні чаї та лимонади (чай або напої на основі лимонаду з додаванням алкоголю), ароматизовані солодові напої (FMBs – Flavored Malt Beverages) на основі ячмінного або іншого зернового солоду і ароматизуються різними смаками, а також ароматизовані солодові напої з додаванням газованої води (malt-based seltzer), які є більш легким за смаком і нагадують міцні сельтери, основною відмінністю з якими є основа: не спирт, а солод.

Згідно з статистикою, у 2023 році обсяг продажів RTD перевищив 10,7 мільярда доларів США (рис. 2) [6]. У 2024 році глобальний ринок алкогольних напоїв RTD досягне розміру 18,81 мільярда доларів США, а до 2034 року із темпом зростання 4,3% в рік сягне 28,76 мільярда доларів США.

В Україні категорія RTD розвивається повільніше, ніж в інших країнах, де є вже багато гравців на ринку. Проте в Україні вже представлена категорія RTD. Зокрема, минулого року компанія Coca-Cola випустила в Україні свій перший напій цієї категорії – Торо Chіco (рис. 3), таким чином зробивши Україну однією з перших країн, де з'явився цей продукт.

Більше того, українська компанія «Оболонь» стала першим вітчизняним виробником, який випустив український міцний сельтер – Obolon Hard Seltzer (рис. 4) з апельсином і лимоном та з чорною вишнею та міцністю у 4,5% алкоголю [2].

Можна зробити висновок, що ринок RTD-напоїв в Україні практично немає конкуренції. Тож зростання популярності цієї категорії серед споживачів, які цінують зручність і готовність продуктів до моментального вживання, відкриває нові можливості для українських виробників, бо Україна має розвинену інфраструктуру для виробництва алкогольних (включаючи доступність якісної сировини – зерновий солод, вино) та газованих напоїв, що дозволяє створювати конкурентні продукти для внутрішнього ринку та експорту.



**Рис. 2. Продажі алкогольних напоїв RTD за 2019–2023 роки, у млрд дол. США**

Джерело: [6]



**Рис. 3. Візуалізація твердого сельтера Торо Чіко від Соса-Кола**

Джерело: [7]



**Рис. 4. Візуалізація твердого сельтера Obolon Hard Seltzer від Оболонь**

Джерело: [8]

Так як на світовому ринку спостерігається зростаючий попит на доступні напої, особливо в сегменті алкогольних продуктів із низьким вмістом цукру та калорій, українські виробники можуть запропонувати унікальні смаки, адаптовані до локальних уподобань або виділитися

завдяки використанню натуральних інгредієнтів та екологічної упаковки. До того ж, налагодження співпраці з міжнародними дистриб'юторами та участь у галузевих виставках може допомогти привернути увагу до української продукції.

Іншим важливим фактором для розвитку категорії RTD є впровадження маркетингових стратегій, орієнтованих на молодіжну аудиторію. Споживачі покоління Z та мілленіали активно підтримують тренди зручності у напоях, що робить їх головною цільовою аудиторією. Українські бренди можуть використовувати соціальні мережі, співпрацю з блогерами та креативні рекламні кампанії, щоб популяризувати свої продукти спершу всередині країни, а потім і за її межами.

Таким чином, категорія RTD-напоїв має значний потенціал для зростання в Україні. Використання якісної сировини, впровадження інноваційних підходів, орієнтація на експорт і цільова робота з молодіжною аудиторією дозволять українським виробникам зайняти помітне місце на світовому ринку. Попри відносно повільний розвиток цього сегмента в Україні порівняно з іншими країнами, впровадження сучасних технологій і стратегій може стати ключем до успіху в цій перспективній категорії.

### **Список використаних джерел:**

1. Thekitchn. Я спробував кожен охолоджувач вина Bartles & Jaymes і оцінив їх. URL: <https://www.thekitchn.com/i-tried-every-bartles-jaymes-wine-cooler-and-ranked-them-232083> (дата звернення: 06.12.2024).
2. Barout. Експлейнер: що таке напої hard seltzer. URL: <https://barout.media/magazine/eksplejner-shho-take-napoyi-hard-seltzer/> (дата звернення: 06.12.2024).
3. Bevnutra. 10 трендів готових до вживання напоїв у 2024 році – і не тільки. URL: <https://www.bevnutra.com/post/10-ready-to-drink-beverage-trends-in-2024-and-beyond> (дата звернення: 06.12.2024).
4. Winebusiness. Вино в часи коктейлів RTD. URL: <https://www.winebusiness.com/news/article/273252> (дата звернення: 06.12.2024).
5. Nataliiawines. Як ready-to-drink (RTD) напої завойовують світ. URL: <https://nataliiawines.com.ua/ua/kak-ready-to-drink-rtd-napitki-zavoyevuyuyut-mir> (дата звернення: 06.12.2024).
6. Nielseniq. Погляд назад на алкогольні тренди 2023 року. URL: <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2024/a-look-back-at-2023-alcohol-trends/> (дата звернення: 06.12.2024).
7. Hopcitybeer. Topo Chico Seltzer Variety Pack. URL: <https://hopcitybeer.com/products/topo-chico-seltzer-variety-pack> (дата звернення: 06.12.2024).
8. Barout. Перший український hard seltzer: «Оболонь» почали продавати слабоалкогольні мінеральні напої. URL: <https://barout.media/news/pershij-ukrayinskyj-hard-seltzer-obolon-pochaly-prodavaty-slaboalkolni-napoyi> (дата звернення: 06.12.2024).