

CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR ENTREPRENEURS IN THE ENERGY DRINKS MARKET IN THE CONTEXT OF CONSUMER TRENDS AND INNOVATION

PROVOCĂRILE ȘI OPORTUNITĂȚILE ANTREPRENORILOR PE PIAȚA PRODUSELOR ENERGIZANTE ÎN CONTEXTUL TENDINȚELOR DE CONSUM ȘI INOVAȚIEI

MOROI Cristian, student, specialitatea: Business și Administrare

Universitatea de Stat din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Alexei Mateevici 60, www.usm.md

e-mail autor: cristian.moroi2005@gmail.com

***Abstract.** This article examines the challenges and opportunities for entrepreneurs in the energy drink market, taking into account consumer trends, regulations and industry innovations. It examines the ingredients used, the target audience and health impacts, including risks associated with excessive consumption such as hypertension and caffeine addiction. The study includes a SWOT analysis of the market, highlighting strengths, vulnerabilities, opportunities and threats. Production and distribution stages are detailed, along with market developments and emerging trends such as the preference for healthier alternatives. Statistics on imports and industry growth complement the analysis. The paper emphasizes the need to adapt business strategies to current consumer demands and sustainable innovations, offering solutions for the long-term success of energy drink producers.*

***Keywords:** Energy drink, health impacts, market strategies, consumption, import*

JEL CLASSIFICATION: L66, D12, M13

INTRODUCERE

Într-un context economic și social dinamic, piața băuturilor energizante se află într-o continuă expansiune, fiind influențată de schimbările în comportamentul consumatorilor, de reglementările privind sănătatea și de inovațiile tehnologice. Creșterea interesului pentru un stil de viață activ și nevoia de energie imediată au condus la o diversificare a ofertei de produse, dar și la intensificarea competiției între antreprenori. În același timp, tendințele de consum actuale, cum ar fi orientarea spre ingrediente naturale, reducerea consumului de zahăr și preferința pentru alternative sustenabile, creează atât provocări, cât și oportunități pentru actorii din industrie.

Această lucrare își propune să analizeze principalele provocări cu care se confruntă antreprenorii care activează pe piața băuturilor energizante, etapele de producție, precum și oportunitățile pe care le pot valorifica prin adaptarea strategiilor de afaceri la noile tendințe de consum și la progresul tehnologic. Studiul va aborda aspecte precum comportamentul consumatorilor, inovația în formularea produselor și strategiile de marketing, evidențiind soluții care pot contribui la succesul și sustenabilitatea afacerilor în acest domeniu.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Băuturile energizante sunt băuturi non-alcoolice ce conțin cofeină, vitamine din complexul B și alte ingrediente precum taurina, D-glucurono-galactonă (glucuronolactonă), ginseng și guarana. Acestea au rolul de a stimula sistemul nervos central și de a îmbunătăți performanțele fizice și cognitive. Popularitatea lor este în creștere, în special în rândul tinerilor, datorită accesibilității și efectelor energizante. Totuși, un consum excesiv poate avea consecințe negative asupra sănătății. De asemenea, băuturile sportive sunt considerate o categorie de băuturi energizante, având un conținut ridicat de

electroliti și carbohidrați, furnizând astfel energie organismului. Acestea sunt utilizate în special de sportivi pentru a susține efortul fizic și pentru a preveni deshidratarea.

Publicul țintă: 15-30 de ani, majoritatea barbate, 165 de tari, student, sportive, gameri, persoane la locul de muncă, baruri/restaurant, persoane active. Pentru o amplă cercetare a pieții băuturilor energizante atât pe plan national cât și international am efectuat analiza SWOT.

Tabelul 1. Analiza SWOT a băuturilor energizante

Puncte tari	Puncte slabe
Efect rapid asupra energiei și concentrării – Băuturile energizante oferă un impuls rapid de energie datorită cofeinei și altor ingrediente active. -Branding puternic și marketing agresiv – Companii mari precum Red Bull și Monster investesc masiv în marketing, sponsorizări sportive și evenimente. -Disponibilitate ridicată – Se găsesc în supermarketuri, benzinării, săli de sport și automate. -Varietate de produse – Există opțiuni fără zahăr, cu diferite arome și niveluri de cofeină pentru a atrage un public larg. -Creștere continuă a pieței – Cererea este în creștere, în special în rândul tinerilor și al sportivilor.	-Percepție negativă asupra sănătății – Conținutul ridicat de zahăr și cofeină poate fi considerat dăunător pentru sănătate. -Reglementări stricte – Unele țări limitează vânzarea către minori sau impun avertismente pe ambalaj. -Dependență și efecte adverse – Consumul excesiv poate duce la probleme cardiace, insomnie și dependență de cofeină. -Preț mai ridicat față de alte băuturi – Comparativ cu sucurile carbogazoase sau cafeaua, băuturile energizante sunt mai scumpe. -Competiție ridicată – Numeroase branduri concurează pentru atenția consumatorilor, ceea ce poate duce la scăderea loialității acestora.
Oportunități	Amenințări
-Dezvoltarea băuturilor sănătoase – Produse fără zahăr, cu ingrediente naturale și beneficii suplimentare pot atrage noi consumatori. -Expansiune pe piețele emergente – Țările în curs de dezvoltare oferă oportunități mari de creștere. -Colaborări și inovații – Asocierea cu sportivi, gameri și influenceri poate crește popularitatea. -Extinderea distribuției – Mai multe puncte de vânzare, inclusiv online, pot crește accesibilitatea produselor. -Tendințe de consum orientate spre performanță – Creșterea interesului pentru fitness și stil de viață activ susține vânzările.	-Reglementări mai stricte – Guvernele pot impune limite asupra conținutului de cofeină sau vânzării către anumite grupuri. -Schimbarea preferințelor consumatorilor – Creșterea interesului pentru alternative naturale (ex. ceai verde, sucuri presate la rece) poate reduce vânzările. -Crize economice – În perioade de recesiune, consumatorii pot renunța la produsele considerate neesențiale. -Probleme de sănătate legate de consum – Studii care asociază consumul ridicat cu probleme cardiovasculare pot afecta imaginea industriei.

Sursa: Elaborat de autor

Pentru a obține un produs de calitate înaltă și care corespunde tuturor normelor toți producătorii respectă anumite etape de producție.

Tabelul 2. Etapele de producție a băuturilor energizante

Etapele	Conținutul
1. Formularea și selecția ingredientelor	Printre ingredientele frecvente se numără: ➤ Cofeina – pentru stimularea sistemului nervos ➤ Taurina – aminoacid care poate îmbunătăți performanța fizică și mentală

	➤ Vitamine (B2, B3, B6, B12) – pentru metabolismul energetic ➤ Zaharuri sau îndulcitori artificiali – pentru gust și energie ➤ Arome naturale sau artificiale – pentru îmbunătățirea gustului ➤ Acidifianți (acid citric, acid fosforic) – pentru echilibrarea pH-ului ➤ Conservanți – pentru prelungirea termenului de valabilitate
2. Prepararea siropului de bază	Ingredientele lichide și solide sunt dizolvate într-un rezervor mare cu apă purificată pentru a crea un sirop concentrat. Acesta este bine amestecat pentru a asigura omogenitatea.
3. Amestecarea și carbonatarea	Siropul de bază este combinat cu apă purificată și alte ingrediente lichide într-un raport precis. Dacă băutura este carbogazoasă, dioxidul de carbon este adăugat sub presiune pentru a crea efervescența specifică.
4. Filtrarea și pasteurizarea	• Filtrarea – Amestecul este trecut prin filtre speciale pentru a elimina eventualele impurități. • Pasteurizarea (dacă este necesară) – Unele băuturi sunt supuse unui proces de încălzire controlată pentru a distruge microorganismele și a prelungi termenul de valabilitate.
5. Îmbutelierea și sigilarea	Băutura este turnată în recipiente (doze de aluminiu, sticle PET sau de sticlă) folosind echipamente de mare viteză. Fiecare recipient este sigilat imediat pentru a preveni contaminarea.
6. Etichetarea și ambalarea	După sigilare, recipientele sunt etichetate cu informațiile despre produs, apoi grupate și ambalate pentru transport.
7. Controlul calității	În fiecare etapă, mostre din producție sunt testate pentru a verifica parametrii esențiali: • Concentrația ingredientelor • Gustul și textura • Integritatea ambalajului • Respectarea normelor de siguranță alimentară
8. Distribuția	După ambalare, băuturile energizante sunt transportate către centrele de distribuție, supermarketuri, benzinării și alte puncte de vânzare.

Sursa: Elaborat de autor

Importul băuturilor energizante pentru ultimii 5 ani în diverse țări este prezentat în diagrama de mai jos. Cel mai mare importator fiind Ucraina, apoi urmează România, Polonia fiind cel mai mic importator.

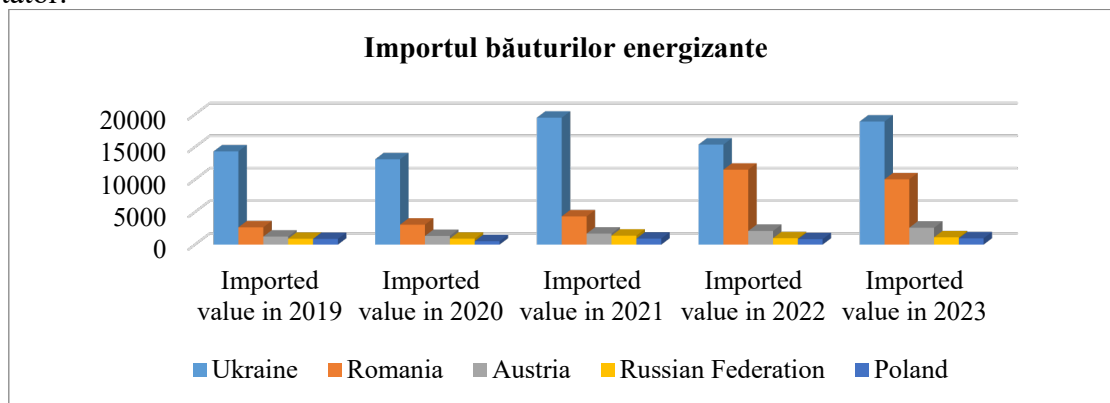


Figura 1. Importul de băuturi energizante între 2019 – 2023

Sursa: Elaborat de autor

Graficul prezintă valorile importurilor a băuturilor energizante în Republica Moldova în perioada 2019-2023 din diverse țări furnizoare, unitatea de măsură este mii dolari. În 2023 valoarea energizantelor importate este de aproximativ 37.5 milioane de dolari. Cea mai mare cantitate de energizante este importată din Ucraina, România, Austria, Federația Rusă și Polonia (Market Research Future, 2025).

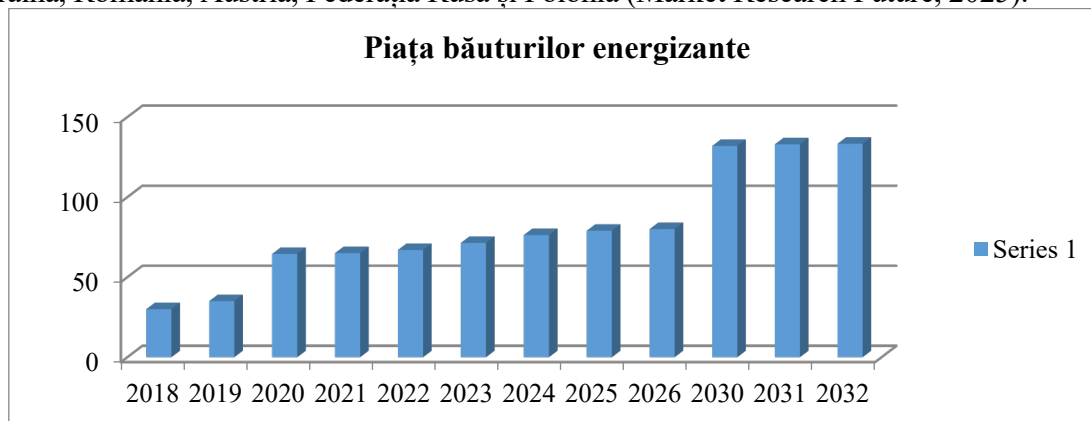


Figura 2. Evoluția pieții băuturilor energizante 2018 – 2032

Sursa: Elaborat de autor

Graficul ilustrează evoluția pieței băuturilor energizante la nivel global, măsurată în miliarde de dolari americani (USD Bin), în perioada 2018-2032. Analiticii presupun că piața energizantelor va crește cu aproximativ 75% până în 2032 (International Trade Centre, 2025).

REFERINȚE:

1. International Trade Centre. (2025). *Importul băuturilor energizante. Trade Map*. <https://www.trademap.org/>
2. Market Research Future. (2025). *Energy Drinks Market Research Report - Forecast to 2030* <https://www.market-researchfuture.com/reports/energy-drinks-market-1916>

Coordonator științific: BUZDUGAN Adriana, dr., conf. univ.,
Universitatea de Stat din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Alexei Mateevici 60, www.usm.md
Telefon: +37369400413
e-mail: adriana.buzdugan@usm.md