

Пивобезалкогольна галузь є потужною складовою переробної промисловості України. Від неї отримують зиск як виробники (прибутки), так і споживачі (смачні напої), так і держава (податки).

Одним із лідерів українського пивного ринку є ПАТ «Оболонь». Для споживчого ринку компанія виробляє пиво, мінеральну воду, безалкогольні і слабоалкогольні напої, для промислового ринку – солод та пивну дробину [1]. Світовий ринок, так само як і український, добре знайомий з продукцією ПАТ «Оболонь». Це єдина компанія зі штаб-квартирою в Україні, що входить до сорока кращих пивоварних концернів світу, займаючи 24 місце (журнал «Focus») [2]. Корпорація «Оболонь» об'єднує головний завод, відокремлені цехи, дочірні підприємства та підприємства з корпоративними правами.

Доступність товарів до клієнтурних ринків забезпечують ефективно організовані канали розподілу продукції підприємства. На ПАТ «Оболонь» створено декілька відділів, які займаються збутом продукції на різні клієнтурні ринки – це департамент продаж, відділ експорту та комерційний відділ. У департаменті продаж працюють регіональні менеджери ПАТ «Оболонь», які координують процес розподілу продукції по Україні. Організацією збуту продукції за кордон займається відділ експорту. Комерційний відділ працює на промисловому ринку, торгуючи зерновими відходами та пивною дробиною.

Проаналізуємо канали розподілу (тобто сукупність юридичних або фізичних осіб, які приймають участь у процесі розподілу товарів на однорідні клієнтурні ринки) компанії «Оболонь». Для зручності проведення аналізу пропонуємо наступні позначення каналів розподілу:

- якщо канал направлений на промислові ринки, на початку його назви будемо писати букву «В» від англ. «business» – бізнес, якщо на споживчі ринки – букву «С» від англ. «consumer» – споживач;

- канали 0-го рівня позначимо буквою «Z» від англ. «zero» – нуль, канали 1-го рівня – буквою «R» від англ. «retail» – роздрібна торгівля, канали 2-го рівня – буквою «D» від англ. «distributor» – дистриб'ютор, якщо дистриб'ютор ексклюзивний (exclusive Distributor), назвемо його «DE», канал 3-го рівня – закордонні ексклюзивні дистриб'ютори (abroad exclusive Distributor) – «ADE».

При проведенні досліджень було з'ясовано, що каналом нульового рівня «B1Z» через комерційний відділ доставляється продукція на промисловий ринок B1. У сфері торгівлі on trade продається як штучна продукції, так і продукції в кегах через канал розподілу «C1HoReCa» (рис. 1).

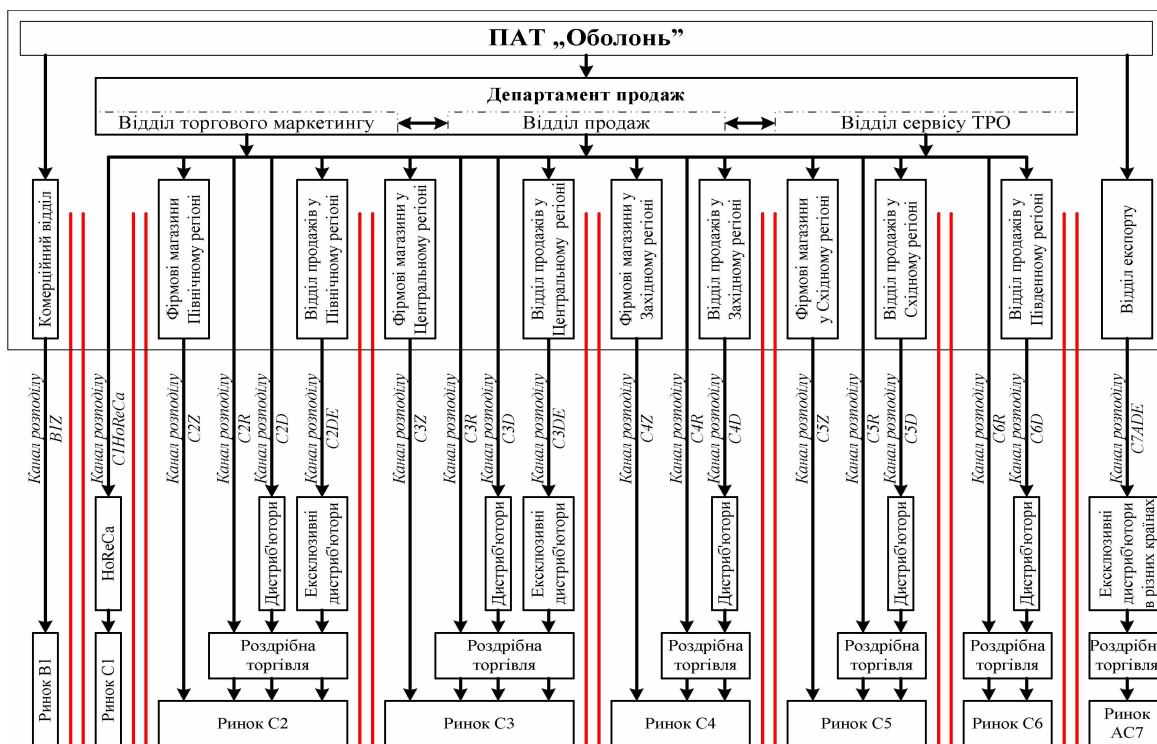


Рис. 1. Канали розподілу продукції ПАТ «Оболонь» на ринку України

Також підприємство продас свою продукцію кінцевому споживачу через фірмові магазини у Києві та Фастові (канал нульового рівня «C2Z») для споживачів Північного регіону (C2), у Бершаді та Олександрії («C3Z») в Центральному регіоні (C3), у Красилові та Староконстантинові («C4Z») у Західному регіоні (C4), в Охтирці («C5Z») у Північному регіоні (C5). Так як фірмові магазини розташовані поблизу виробничих потужностей корпорації, то продукція безпосередньо з виробництва потрапляє до споживачів.

Регіональні менеджери ПАТ «Оболонь», зі своїми командами, продають продукцію каналом розподілу першого рівня роздрібним мережам в Україні з розподільчих складів при підприємстві та його підрозділах. Підприємство співпрацює тільки з великими мережами, а дрібний ритейл купує продукцію у дистриб'юторів. Канали розподілу C2R, C3R, C4R, C5R, C6R у регіонах представлені національними роздрібними мережами: «МЕТРО Кеш@Керрі Україна», «Ашан», «Fozzy Group», «Квіза-Трейд», «Фуршет», «Епіцентр».

Департамент продаж ПАТ «Оболонь» співпрацює з незалежними дистриб'юторам, при цьому використовуються канали розподілу 2-го рівня «C2D», «C3D», «C4D», «C5D» та «C6D». Підприємство має свою частку в портфелі багатьох дистриб'юторських компаній. Дистриб'ютори ПАТ «Оболонь» займаються торгівлею напоями, надають свої склади, транспорт, фінансують дебіторську заборгованість роздрібних точок. Крім цього, вони доставляють продукцію в роздрібні точки протягом 24-х годин від часу отримання замовлення. У цих каналах кожен посередників обслуговує певний регіон, зазначений у договорі. Компанія працює з ТОВ «Ратушенко», ТД Юкас, СП «Київ-Захід», ТОВ «ОПРЕМА-ЛЬВІВ ПС», ЧФ «Парус», ТОВ «ТД «Марс»

та інші. Загальна кількість роздрібних магазинів в Україні, які обслуговуються оптовиками, сягає близько 21 тисячі і потроху збільшується з кожним роком.

Також підприємство надає виключні права на продаж своєї продукції у певному регіоні ексклюзивним дистриб'юторам. Поки що тільки ці два регіони мають ексклюзивних представників ТМ «Оболонь». Північний регіон представлений ТОВ "Північ Центр ЛТД" і ПП «Оболонь-Чернігів» (канал «C2DE»), а Центральний регіон – ТОВ «Кашкан логістик» (канал «C3DE»). Ведеться робота з розширення каналів цього типу в інших регіонах.

Для збуту продукції на закордонні ринки (С7) ПАТ «Оболонь» застосовує канали розподілу «C7ADE», які містять у собі трьох посередників. В кожній країні компанія вибирає дистриб'ютора, якому надає ексклюзивні права на збут своєї продукції: «Obolon Polska» (Польща), ТОВ «Арамис и К» (Білорусь), «Лидер» (Росія), «Алко Прага» (Чехія), СП «Оболонь-Аурелія» і «Шериф» (Молдова і Придністров'я). Цими каналами продається пиво та безалкогольні напої. Це зумовлено тим, що дана продукція має високі стандарти якості і може конкурувати з продукцією інших країн.

Аналізуючи обсяги продажу продукції ПАТ «Оболонь» у 2012-2013 рр. можна зробити висновки, що відбулося зменшення частки рітейлу, дистриб'юції та закордонних каналів розподілу, натомість зросла частка збуту на промисловому ринку, продажів в сегменті HoReCa, фірмової торгівлі та каналу ексклюзивної дистриб'юції. Продажі на закордонних ринках зменшилися, в наслідок прийняття урядами Росії та Білорусі протекціоніських законодавчих актів. В результаті ПАТ «Оболонь» змушена була підняти ціни на свою продукцію і, як наслідок, втратила частину ринків цих країн.

На основі проведеного дослідження було встановлено, що ПАТ «Оболонь» на внутрішньому ринку України має значну кількість каналів розподілу, що забезпечує присутність продукції підприємства на 98% території України. В той же час на кожному споживчому ринку працює декілька каналів розподілу, між якими час від часу виникають конфлікти в боротьбі за споживача.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Корпоративний сайт ПАТ «Оболонь» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://obolon.ua/ukr/products/industrial-goods>.
2. Історія пивоваріння України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://beer-labels.com.ua/node/1872>.