

УДК

I. В. Тюха,

к. е. н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування Національного університету харчових технологій, м. Київ

I. V. Tycha,

Ph. D. in Economics, associate Professor in the Department of Management and Administration at the National University of Food Technologies, Kyiv.

A. О. Бабко,

магістр, Національний університет харчових технологій, м. Київ

A.O. Babko,

Master Degree at the National University of Food Technologies, Kyiv.

Сучасні тенденції та проблеми розвитку пивного ринку України **Modern tendency and problems in the development of beer market of Ukraine.**

В статті досліджено сучасний стан розвитку пивоварної галузі в Україні. Проведено аналіз обсягів виробництва пивної продукції, виявлено основних лідерів по виробництву пива.

In this article have been investigated the modern condition in the development of brewing industry in Ukraine. Has been performed the analysis of production volumes of beer products, have been identified the key leaders of beer production.

Ключові слова: пивоварна галузь, виробництво пива, ринок пива, торгові марки, конкурентна боротьба, лідери ринку, проблеми галузі, купівельна спроможність, акциз.

Key words: brewing industry, beer production, beer market, brands, competition, market leaders, industry issues, purchasing power, tax.

Постановка проблеми. Останні 6 років пивний ринок в Україні перебуває у складному становищі, про що свідчить динаміка розвитку галузі. Починаючи з 2008 року в пивоварній галузі спостерігається поступове падіння виробництва. Причини скорочення продажів очевидні - складна макроекономічна ситуація в країні, девальвація національної валюти, зниження купівельної спроможності населення, а також введення додаткових законодавчих обмежень для пива.

Сучасна вітчизняна пивоварна галузь розвивається в основному за рахунок великих підприємств. Більшість малих пивзаводів не змогли знайти своє місце на українському

ринку і не мають коштів ні для технічного переоснащення, ні для створення власної мережі збуту, що свідчить про їх неконкурентоздатність. Ці заводи або припиняють виробництво пива, або стають власністю великих підприємств. Таке “поглинання” великими виробниками малих, надає останнім можливість розвивати власне виробництво, сприяти розвитку економіки пивної галузі в цілому та забезпечувати зайнятість працездатного населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку пивоварної галузі знаходяться у полі зору багатьох вчених, зокрема Є. Мазур, Б. Данилишина, В. Дегтярова, М. Ляшенко, В. Сєрова, О. Чирва, Т. Мостенської, Є. Мниха. Результати їх досліджень дозволяють з різних сторін оцінити стан і рівень розвитку підприємств пивоварної промисловості, а також виявити проблеми, з якими вони стикаються.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження стану та тенденцій сучасного ринку пива в Україні, виявлення проблем, що стримують його розвиток та визначення шляхів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Проведені дослідження свідчать про те, що пивоварна галузь в Україні перебуває у складному становищі [4]. Так, з 2008 року в пивоварній галузі спостерігається поступове, але постійне падіння виробництва. За останні вісім років ринок пива скоротився на 40%, з 3,2 млрд. літрів в 2008 році до 1,94 млрд. літрів в 2015 році (У минулому році темпи падіння ринку значно посилюлися, досягнувши позначки 18% порівняно з показниками 2014 року (рис.1).

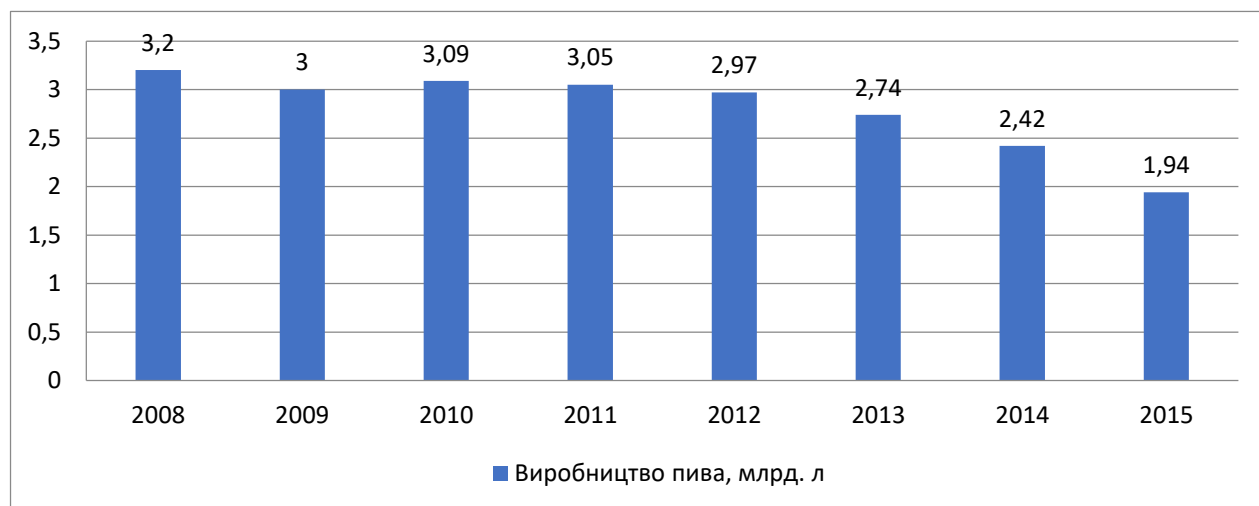


Рис.1. Обсяги виробництва пива в Україні у 2008-2015 рр.

Обсяг виробництва пива за 6 місяців 2016 року, склав 90 млн дал, що становить лише 91,7% від аналогічного періоду 2015 року. При цьому темпи падіння виробництва нарастають. Якщо на початку 2016 року обсяги виробництва пива практично повторювали тенденції 2015 року, то випуск пива в травні – червні поточного року скоротився. За 8 місяців 2016 року обсяг виробництва пива склав 131,8 млн. дал, або 95,6% до

аналогічного періоду 2015 року . Ситуація з солодом дещо покращилася, за 8 місяців 2016 року обсяг виробництва солоду склав 188,825 тис. тонн, що становить 100,4% до аналогічного періоду 2015 року [3].

Варто відзначити, що пивоварна галузь, як і будь-яка інша, існує у тісному взаємозв'язку з іншими суміжними галузями. І падіння обсягів виробництва пива тягне за собою втрати і в інших галузях. Так, з 2008 року майже вдвічі скоротилося і виробництво солоду, одного з головних компонентів пива (рис.2). За 6 місяців 2016 року обсяг виробництва солоду склав 145,3 тис., що на 5,6% менше, ніж у попередньому періоді. За 8 місяців 2016 року, ситуація з солодом дещо покращилася, і обсяг виробництва солоду склав 188,825 тис. тонн, або 100,4% у порівнянні з 2015 роком.



Рис.2 Обсяги виробництва солоду в Україні у 2008-2015 рр.

Причинами скорочення обсягів реалізації пивоварної продукції стали:

- складна макроекономічна ситуація в країні;
- девальвація національної валюти;
- значне підвищення цін на сировину, що використовується у виробництві пива;
- зниження купівельної спроможності населення.

Ще одним вагомим фактором, що чинить вплив на зниження обсягів виробництва є введення додаткових законодавчих обмежень для виробників пива. Зокрема, з 1 липня 2015 року пиво було прирівняне в регулюванні до міцних алкогольних напоїв, а у 2016 році ставка акцизного збору на пиво зросла в два рази, до 2.48 грн/л. Наслідком для виробників стало значне зниження розмірів отриманої виручки від реалізації. При перерахунку роздрібної ціни однієї пляшки за діючим валютним курсом видно значні втрати доходу при вагомому подорожчанні напою.

Так, у 2013 р. вартість пляшки пива середнього цінового сегмента становила 8-12 грн (при курсі гривні до долара 8), у 2016 р. при середній вартості 12-16 грн за пляшку та курсі 27 грн./долар валютна ціна напою скоротилася майже на 67%.

Зниження прибутковості українського ринку пива спричинило падіння зацікавленості з боку міжнародних компаній. Кризова ситуація загострила конкурентну боротьбу на ринку, до його більшої монополізації, яка в свою чергу породжує високі бар'єри входу пива для нових компаній. На сьогоднішній день, більше 90% пива представленого на українському ринку виробляється компаніями - мультибренду – “AB InBev”, “Carlsberg Ukraine” і “Оболонь”. Значну частку продукції на ринок постачають два альянси: “Efes і SABMiller” та “Альянс ППБ” і “Oasis CIS”.

Найбільшим попитом серед торговим марок користуються: “Carlsberg” (19,4%), “Балтика” (13,2%) та “Львівське” (8,3%). Середні позиції належать “Tuborg” (6,7%) та “Velkororovický Kozel” (4,9%). За ними пиво йдуть “Жигулівське” (3,1%), “Чернігівське” (2,6%) та “Оболонь” (2,6%). [3]

Лідери ринку намагаються бути гнучким і наслідувати тенденціям розвитку. Так, ПАТ “Оболонь” орієнтується на виробництво переважно економ сегментів (“Оболонь”, “Рогань”), компанія “Сан ІнБев” значно нарощує свої позиції в сегменті “супер-преміум”, однак основний обсяг продажів відбувається за рахунок основної цінової групи товарів (“Чернігівське”). Компанія “Карлсберг” за останні 2 роки значно наростила обсяг продажу недорогих сортів пива, не дивлячись на те, що вона має чи не найбільший портфель брендів серед сортів пива “преміум” класу.

Слід відмітити, що в останні роки на ринку з'явилися й інші напої натурального бродіння, зокрема, сидр. У 2015 році він був практично єдиним алкогольним напоєм, виробництво якого зросло (на 23%).

Якщо у 2015 році український ринок пива склав близько 18,5-18,7 млн. гкл на рік, то ринок сидру – всього 0,12-0,13 млн. гкл, тобто менше 1%. Прослідковується незначне збільшення споживання напоїв бродіння, відмінних від пива: сидру, хард-лимонаду (суміш особливим чином відфільтрованого пива і смакових добавок). що впливає більше на розподіл ринку слабоалкогольної продукції.

Компанія “САН ІнБев Україна” є один із найбільших виробників пива в Україні, яка у 2016 р. розширила свій асортимент слабоалкогольних напоїв яблучним сидром “Stella Artois Cidre”, який виробляється в Англії, а імпортується в Україну.

Порівняно з європейськими країнами, ринок сидру в Україні перебуває на стадії росту. Позитивна динаміка його продажів пов'язана з відносною “новизною” сегмента. До

того ж, сидр – напій натурального бродіння, а це відповідає тренду здорового харчування. Крім виробників слабоалкогольних напоїв, поступово освоюють цей сегмент і пивовари.

За оцінками експертів [2] завантаження потужностей броварних заводів в Україні, досягло історичного мінімуму – 48,5% від їхньої проектної потужності. В 2016 році використання потужностей компанією “Карлсберг Україна” складає 53%, ПАТ “Оболонь” – 50%, компанією “САН ІнБев Україна” – 49%. Подальше падіння виробництва може призвести до закриття їх частини (рис.3).

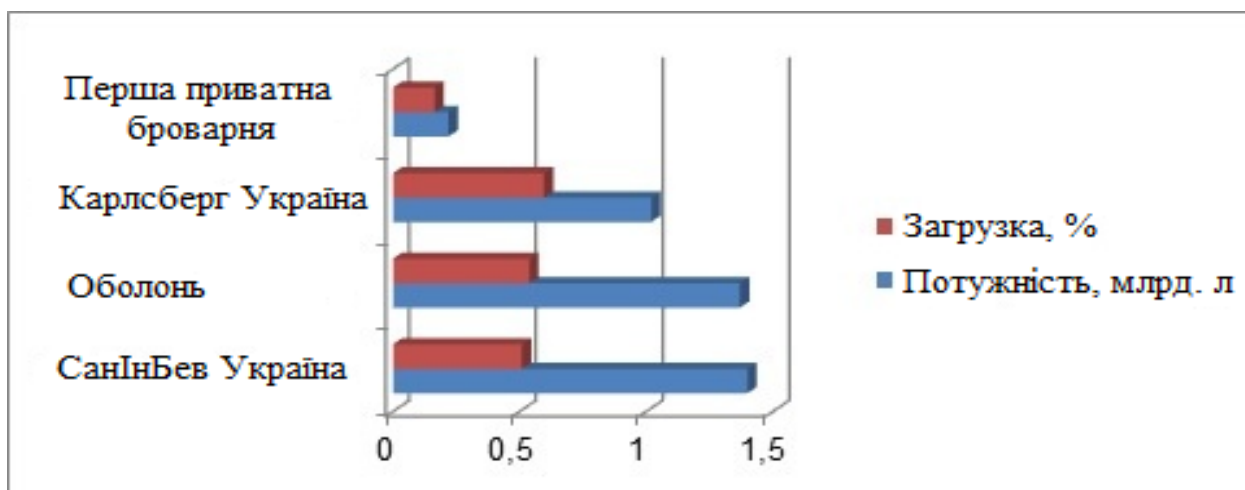


Рис. 3. Використання виробничих потужностей броварних заводів в Україні у 2016 р.

Фінансова нестабільність позначилась на обсягах експорту та імпорту пива (рис.4). У 2014 році Україна експортувала 14,3 млн. дал пива, що на 45,5% менше, ніж в 2013 році, в грошовому вираженні експорт пива за рік скоротився на 42,4% - до 48,83 млн.дол. При цьому у 2014 році Україна імпортувала 5,3 млн дал пива, що на 10,1% менше, ніж в 2013 році. У грошовому вираженні імпорт пива скоротився на 11,6% - до 42,76 млн.дол. У 2015 році Україна експортувала пиво на суму 22 млн доларів, тоді як імпорт становив 23,7 млн доларів.

Основними зовнішніми ринками збуту українського пива залишаються Молдова (36%) та Білорусь (31%). У 2016 році істотно збільшилися обсяги поставок пива в Литву (з 6% в першому півріччі 2015 року, до 12% у 2016 році). А Польща навпаки істотно знизила споживання української продукції, зменшивши свою частку в експорті пива з торішніх 14% до 2%.

Більше половини всіх імпортних поставок на український ринок пива в першому півріччі 2016 року здійснювались з Бельгії (54%), хоча ще рік тому частка цієї країни становила 21%. Ще 14% напою було завезено з Німеччини. Різко зменшила обсяги поставок пива Молдова – з 23% в 2015 році, до 6% в 2016 році.

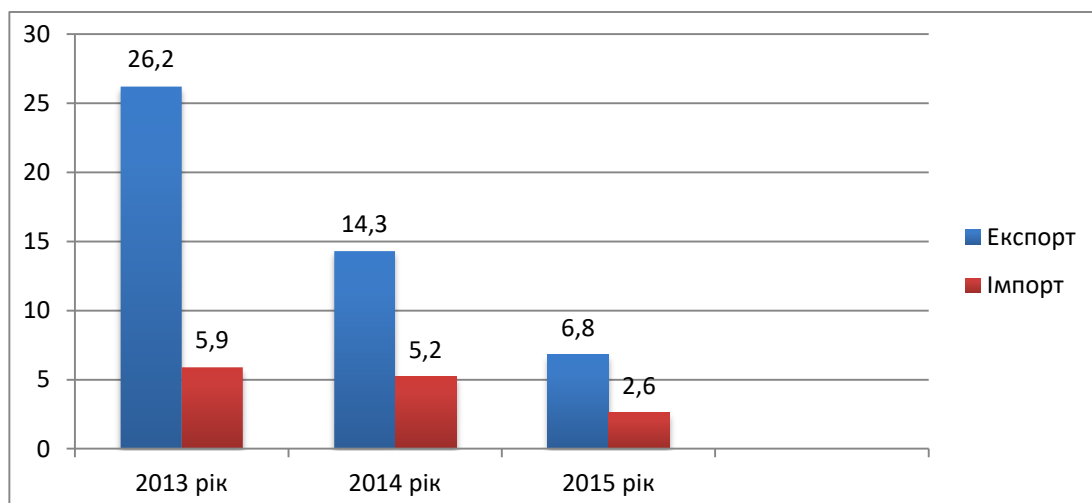


Рис.4 Обсяги експорту/імпорту пива в 2013-2015 р.р. (млн. дал)

Враховуючи проблеми, які існують на ринку пива, виробникам необхідно компетентно вдосконалювати свою маркетингову політику, поступово насичувати вітчизняний ринок пива різноманітними сортами пива і торговими марками, посилювати комунікаційну діяльність, яка передбачає:

- створення позитивного образу продукції і формування інтересу до неї з боку покупців;
- досягнення економії витрат через оптимізацію виробничого процесу;
- активну рекламну політику;
- вихід на нові зарубіжні ринки;
- збільшення обсягів виробництва сидру;
- нові місця продажу;
- розвиток міні-пивоварень;
- розширення портфелю пивних брендів;

Висновки. Отже, на даному етапі пивна індустрія знаходиться в важкому стані через значне скорочення обсягів споживання продукції на вітчизняному ринку. Насамперед, це пов'язано із погіршенням соціально-економічної ситуації в країні, зниженням купівельної спроможності населення, нестабільною політичною ситуацією, яка впливає на розвиток пивоварного бізнесу. Негативний вплив робить і постійне підвищення акцизу на пиво.

Перспективи українського ринку пива залежать від рівня платоспроможності населення, впровадження новітніх енергозберігаючих технологій на виробництві, які забезпечать зниження собівартості готового продукту, а також розширення асортименту за рахунок створення та виробництво оригінальних сортів пива.

Література.

1. Анализ рынка импортного пива в Украине // Международный аналитический журнал “Пивное дело”. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pivnoedelo.info/analiz-rynka-importnogo-piva-v-ukraine-pivnoe-delo-1-2014/>

2. Маркетинговое исследование рынка пива в Украине 2015 г. / Брендинговое агентство KOLORO [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://koloro.ua/>

3. Офіційний сайт Приватного акціонерного товариства “Українська галузева компанія по виробництву пива, безалкогольних напоїв та мінеральних вод “УКРПИВО”. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrpivo.com/>

4. Украинский рынок пива // Международный аналитический журнал “Пивное дело”. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pivnoe-delo.info/ukrainskijrynok-piva-pivnoe-delo-1-2014/>

References:

1. Analysis of the market of imported beer in Ukraine // International Analytical Magazine “Beer business”. – [Electronic resource]. – Available: <http://www.pivnoedelo.info/analiz-rynka-importnogo-piva-v-ukraine-pivnoe-delo-1-2014/>

2. Marketing research of the market of beer in Ukraine 2015 // branding Agency KOLORO [Electronic resource]. — Available : <http://koloro.ua/>

3. Official site of PrJSC “Ukrainian branch company of beer, soft drinks and mineral water production “UKRPIVO”. – [Electronic resource]. – Available: <http://www.ukrpivo.com/>

4. The Ukrainian beer market // International Analytical Magazine “Beer business”. – [Electronic resource]. – Available: <http://www.pivnoe-delo.info/ukrainskijrynok-piva-pivnoe-delo-1-2014/>