

*О. М. Петухова,
професор, д. е. н., завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та
логістики,
Національний університет харчових технологій
М. К. Римаренко,
студентка, Національний університет харчових технологій*

АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

*О. М. Pietukhova,
Professor, doctor of Economics, Head of the Department of Management of foreign trade and
Logistic,
National University of Food Technologies, Kyiv
M. R. Rymarenko,
Student, National University of Food Technologies, Kyiv*

ANALYSIS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF UKRAINIAN BEER INDUSTRY

У статті розглянуто основні тенденції розвитку українського пивного ринку, зокрема проблематика даного ринку, особливості та перспективи розвитку. Виокремлено лідерів даного ринку. Визначено, що головними факторами, які впливають на пивоварну галузь, є купівельна спроможність населення, податкова політика держави, стан економіки країни, тощо.

Визначено роль та перспективи галузі в контексті забезпечення сталого розвитку економіки країни. Запропоновано посилення комунікаційної діяльності підприємств пивоварної галузі шляхом розвитку міні-пивоварень, розширення асортиментного портфелю пивних брендів, проведення активної рекламної політики.

In the article reviewed the main trends of the Ukrainian beer market, in particular the problematics of the market, its features and development prospects. The leaders of this market are distinguished. Determined that the main factors affecting the brewing industry is purchasing power, tax policy, the state of the economy, and so on.

The role and prospects in the context of sustainable development of the economy. A strengthening communications of enterprises of the brewing industry through the development of mini-breweries, diversification portfolio of beer brands, an active advertising policy.

Ключові слова: харчова промисловість, підприємства, ринок пива, аналіз, перспективи галузі.

Key words: food industry, enterprises, beer market, analysis, the prospects for the industry.

Постановка проблеми. Харчова промисловість є однією з провідних та найбільш важливих галузей агропромислового комплексу України. Її розвиток визначається перш за все становищем у сільському господарстві, економікою держави в цілому, а також політичною та соціальною складовою.

Харчова промисловість виступає однією із найважливіших ланок продовольчого комплексу держави, що відіграє провідну роль у вирішенні питання забезпечення населення продуктами харчування в асортименті та обсягах, достатніх для формування збалансованого раціону харчування людини.

Харчова промисловість більше за інші виробництва пов'язана із сільським господарством, так як використовує сировину рослинного і тваринного походження. Звідси своєрідність розміщення її підприємств, у ряді випадків особливий характер їх роботи (сезонність виробництва та ін.), а також особлива залежність і, у свою чергу, вплив на розвиток інших галузей агропромислового комплексу.

Серед інших, пивна промисловість є однією із найбільш динамічних і посідає важливе місце в переробній промисловості України. Водночас, порівняно з європейськими ринками, вітчизняний пивний ринок ще не достатньо розвинений.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості розвитку галузей харчової промисловості України досліджували: П.П. Борщевський, Л.В.Дейнеко, А.О.Зайнчковський, Т.Л.Мостенська, І.В.Федулова, О.М.Петухова, Н.С.Скопенко, О.І.Драган, Д.Ф.Крисанов, П.В.Осіпов, В.В.Прядко, М.П.Сичевський, Г.М.Тарасюк, Л.Г.Чернюк та інші. Проблеми розвитку пивоварної промисловості досліджували такі відомі вчені як Є.Мазур, Б.Данилишина, В.Дегтяров, М.Ляшенко, В.Серов, О.Чирва.

Разом з тим, необхідність постійного моніторингу ситуації в галузі, аналізу стану підприємств харчової промисловості, визначення основних проблем їх розвитку, вивчення економічних чинників зумовлює актуальність цієї теми.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження розвитку українського пивного ринку, виділення основних проблем його функціонування, а також виявлення пріоритетних напрямів розвитку підприємств галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нові умови господарювання промислових підприємств загострили конкуренцію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Наслідки фінансово-економічної кризи, непослідовної політики уряду щодо захисту вітчизняного виробника, високий рівень морального та фізичного зношування виробничих фондів і інші чинники в сукупності обумовили актуальність проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств.

Особливої гостроти проблема підвищення конкурентоспроможності набуває для підприємств харчової промисловості. Через високі вимоги до якості продукції цієї галузі, неякісний менеджмент, низьку активність й ефективність інноваційної діяльності, недосконалість бізнес- процесів та інші причини велика кількість харчових підприємств виявились не готовими до адекватної активної поведінки на ринку. Переважно це пов'язано із відсутністю глибокого розуміння актуальних проблем та чіткого уявлення про передумови забезпечення конкурентоспроможності, тобто передумови, які здатні забезпечити харчовому підприємству стійкі конкурентні позиції на ринку.

За останні три роки харчова промисловість характеризується нестійкістю. Зростає рівень невизначеності і ризиків, що ускладнюють діяльність підприємств на внутрішньому ринку. Як свідчить світова практика, до мінливості середовища найкраще адаптується підприємство, яке має чіткі орієнтири на майбутнє і спрямує свої зусилля на пошук довгострокових конкурентних переваг.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства — це процес здійснення систематизованих дій, метою яких є досягнення необхідного рівня конкурентних переваг для сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Всі галузі харчової промисловості вимагають оновлення матеріально-технічної бази, модернізації виробництва шляхом впровадження інноваційних технологій, збільшення обсягів виробництва конкурентоспроможної продукції, залучення іноземних інвесторів, налагодження роботи на внутрішньому ринку і освоєння нових зовнішніх ринків збуту вітчизняної продукції.

Однією зі складових переробної промисловості є пивоварна індустрія. Дана індустрія є досить прибутковою й привабливою як для вітчизняних виробників, так і для іноземних, які продовжують скуповувати українські пивоварні заводи. Вітчизняне пивоварне виробництво розвивається в основному за рахунок великих та середніх 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. Ці заводи або припиняють виробництво пива, або стають власністю великих підприємств. Таке "поглинання" великими виробниками малих дає останнім можливість не зупиняти власне виробництво, що сприяє розвитку пивної галузі та забезпеченню зайнятості населення.

В структурі обсягів реалізації продукції харчової промисловості питома вага пива та безалкогольних напоїв складає більше 20%. В останні роки ця галузь динамічно розвивається. Обсяги виробництва пива в Україні зросли майже у 4,3 рази [1]. Це відбулося здебільшого завдяки залученню іноземних інвестицій, модернізації устаткування, маркетинговій політиці, яку проводять підприємства галузі.

Сьогодні пивоварна є одним з інвестиційно-привабливих секторів економіки. Не зважаючи на складну економічну ситуацію в Україні, пивний ринок перебуває на стадії динамічного розвитку. Вкладати кошти в пивоварну галузь дуже перспективно, так як пиво користується значним попитом серед споживачів та є рентабельним продуктом.

Водночас, для поліпшення існуючого стану, підприємствам необхідно розширювати асортимент пивних виробів, зокрема шляхом його диференціації, а саме: випуску солоду, квасу або ексклюзивних та іменних марок пива для торговельних мереж. Впровадження таких заходів дасть можливість пивоварам збільшити свою частку на вітчизняному ринку на 1-2%.

У порівнянні з європейськими ринками український ще досить молодий і відкритий для експериментів. В Україні споживання пива на сьогоднішній день досягає лише 65 л на душу населення, що значно нижче споживання пива в європейських країнах (в Чехії цей показник сягає 125 л, в Німеччині - 180 л) [2].

За даними агентства KOLORO на сьогоднішній день Україна випускає 20 ліцензійних брендів пива, близько 400 сортів пива і експортує хмільний напій в 42 країни [3].

Проаналізувавши ринок пива України, можна виділити наступні тенденції:

1. Разом із погіршенням добробуту населення знижуються обсяги споживання пива.
2. Відбувається поляризація споживчих переваг: скорочується споживання пива середньо цінового сегмента, в той час як в преміальному і економ-сегменті спостерігається зростання продажів. Великі пивоварні підприємства переорієнтуються на виробництво супер-преміальної і преміальної продукції.
3. Зберігається жорстка конкуренція з виробниками сильного алкоголю (як на рівні лобювання своїх інтересів на законодавчому рівні, так і в інформаційному просторі).
4. Протягом останніх 10-ти років поступово змінювалася культура споживання алкоголю в Україні. Так, українці почали віддавати перевагу пиву (частка в загальному обсязі споживання алкоголю збільшилася на 25%), та менше споживати горілки (частка знизилася на 18%).
5. Стабільним залишається ринок безалкогольного пива. В останні роки обсяг його виробництва істотно не змінюється і в середньому становить 5 млн. дал. на рік.

Аналіз конкурентного стану галузі свідчить, що ринок пива є висококонсолідованим. Структура ринку олігополістична з низьким вмістом невеликих виробників. Основна конкурентна боротьба ведеться між такими компаніями: AB InBev (ТМ «Чернігівське», «Bud», «Янтар», «Рогань», «Stella Artois», «Staropramen», «Beck's» та ін.); Carlsberg Ukraine (ТМ «Львівське», «Славутич», «Арсенал», «Tuborg», «Holsten», «Carlsberg» та ін.); «Оболонь» (ТМ «Оболонь», «Hike», «Carling», «Zibert», «Zlata Praha», «Жигулівське», «Охтирське» і т.д.); Альянс Efes і SABMiller (ТМ «Сармат» і «Velkopopovický Kozel»); Альянс ППБ і Oasis CIS (ТМ «Перша приватна броварня», «Галицька корона», «Жигулі Барне», «Закарпатське», Stare Misto та ін) (рис.1).

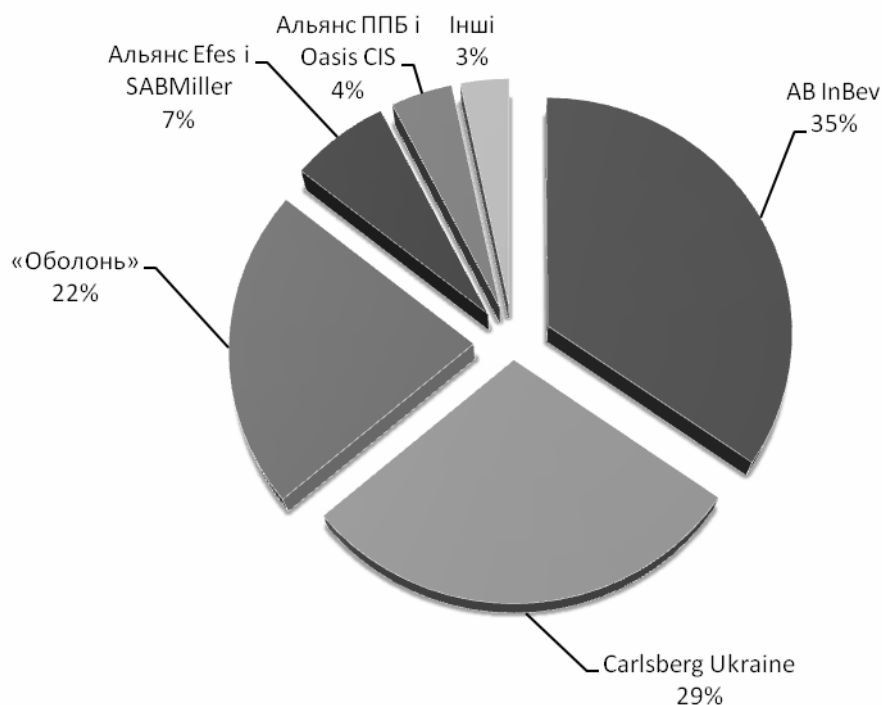


Рис. 1. Частки ринку виробників пива у 2014 році, % [3]

Молода компанія AB InBev є лідером на українському ринку пива і входить в п'ятірку найбільших FMCG (англ. Fast Moving Consumer Goods - товари повсякденного попиту) компаній у світі. За даними [4] у 2009 році компанія згенерувала 36,8 мільярдів USD. Штаб квартира компанії знаходиться в місті Льовен, Бельгія. Приблизно 120 тисяч людей в 23 країнах світу щодня працюють на загальний прибуток цієї компанії. В Україні компанія об'єднує три пивоварні підприємства - відділення в Чернігові, Харкові та Миколаєві. Портфель брендів компанії включає як національних бренди «Чернігівське», «Рогань» і «Янтар», так і міжнародні бренди Bud, Staropramen, Beck's, Stella Artois, Leffe, Hoegaarden і Lowenbrau.

Компанія Carlsberg Ukraine входить до складу Carlsberg Group – однієї із найбільших компаній в Європі, четверту в світі за розміром капіталу пивоварну групу. В її портфелі налічується 500 пивних брендів і значна кількість безалкогольних напоїв. В Carlsberg Group працює понад 40 тис. співробітників, продукти компанії експортуються більш ніж на 150 ринків. Carlsberg Group в Україні об'єднує три пивоварні заводи: ПАТ ПБК «Славутич» у Запоріжжі, Київський пивоварний завод та Львівську пивоварню. А загальний портфель брендів включає в себе як широко відомі вітчизняні марки «Славутич», «Львівське», «Арсенал», «Хмільне», «Балтика» так і світові бренди, такі як Tuborg, Carlsberg, Holsten, Corona, Negra Modelo, Guinness, Zatecky Gus, Kilkenny, Harp, Warsteiner, Grimbergen [5].

«Оболонь» – єдина українська пивоварна корпорація, яка входить в сорок найбільших пивоварних концернів світу і є одним з лідерів пивного ринку України. До складу корпорації «Оболонь» входять головний завод у Києві – ПАТ «Оболонь», який є найбільшим пивзаводом в Україні, два дочірніх підприємства – ДП

ПАТ «Пивоварня Зібєрта» та ДП ПАТ «Красилівське», шість підприємств з корпоративними правами – ПАТ «Охтирський пивоварний завод», ПАТ «Севастопольський завод напоїв», ПрАТ «Бершадський комбінат», ПрАТ «Дятьківці», ТОВ «Оболонь Агро», ПрАТ «Рокитнівський скляний завод» і два відокремлених цехи – завод в Олександрії в Кіровоградській обл. і солодовий завод в смт. Чемерівці в Хмельницькій обл. В цілому в корпорації працює близько 7,5 тис. людей. Компанія «Оболонь» випускає пиво під такими торговими марками, як: «Оболонь», «Zibert», «Nike», «Zlata Praha», «Carling», «Десант», «Охтирське», «Жигулівське», слабоалкогольні напої «Icelife», «Бренді-кола», «Ром-кола», «Джин-Тонік», «Ріо-де-мохіто», безалкогольні напої «Живчик», «Кола Нова», «Лимонад», «Ситро», квас «Богатирський» і мінеральні води «Прозора», «Оболонська», «Охтирська» та «Підгірна». ПАТ «Оболонь» також виробляє товари промислового призначення – солод, гранульовану пивну дріб і бандажну (пакувальну) стрічку з переробленої ПЕТ-тари [6].

Британська пивоварна компанія, SABMiller є другою за величиною пивоварною компанією в світі після AB InBev. В Україні SABMiller розпочав свою діяльність з 2008 року, придбавши майже 100% акцій пивоварні ЗАТ «Сармат» в Донецьку. Підприємство продовжило випуск пива під торговою маркою «Сармат», а також розпочало випуск окремих сортів пива чеського торгової марки «Velkopopovický Kozel», що належить SABMiller. 7 березня 2012 було офіційно повідомлено про передачу низки активів SABMiller, включаючи ПрАТ «Miller Brands Ukraine», у власність турецької компанії Anadolu Efes. Згідно умовам передачі SABMiller, в свою чергу, отримав 24% акцій Efes [3].

Значну частку ринку також займає Альянс ППБ і Oasis CIS. ТОВ «Перша приватна броварня» (ППБ) – підприємство харчової промисловості України, яке функціонує з 2004 року і зайняте у сфері виробництва та реалізації напоїв натурального бродіння (пива та квасу). ППБ наполегливо прагне вибратися за межі локального підприємства. У квітні 2012 року, при рівному участі компаній в капіталі, відбулося об'єднання активів «Перша Приватна Броварня» і Oasis CIS. В об'єднану компанію увійшли Львівський пивзавод і пиво-безалкогольний комбінат «Радомишль», загальна продуктивність яких по пиву складає 2 млн. гектолітрів. Об'єднаний портфель брендів компанії тепер включає в себе такі торгові марки пива, як «Перша приватна броварня», «Жигулі Барне», «Галицька корона», «Радомишль», «Закарпатське», Stare Misto, Oettinger і Cervena Selka, а також дві торговельні марки квасу – «Львівський» і «Древлянський». Oasis CIS в своєму портфелі вже має такі відомі бренди, як Budweiser Budvar, Kirin Ichiban, Spaten, Erdinger, Bernard і Bitburger, і можна припустити, що з часом і інші зарубіжні партнери погодяться передати компанії контракти на дистрибуцію або навіть ліцензію на виробництво своїх брендів в Україні.

За результатами [3] серед споживачів пива найбільшим попитом користуються наступні торгові марки: «Carlsberg» (19,4%), «Балтика» (13,2%) і «Львівське» (8,3%). Далі йдуть такі торгові марки як «Tuborg» (6,7%) і «Velkopopovický Kozel» (4,9%) (рис.2).

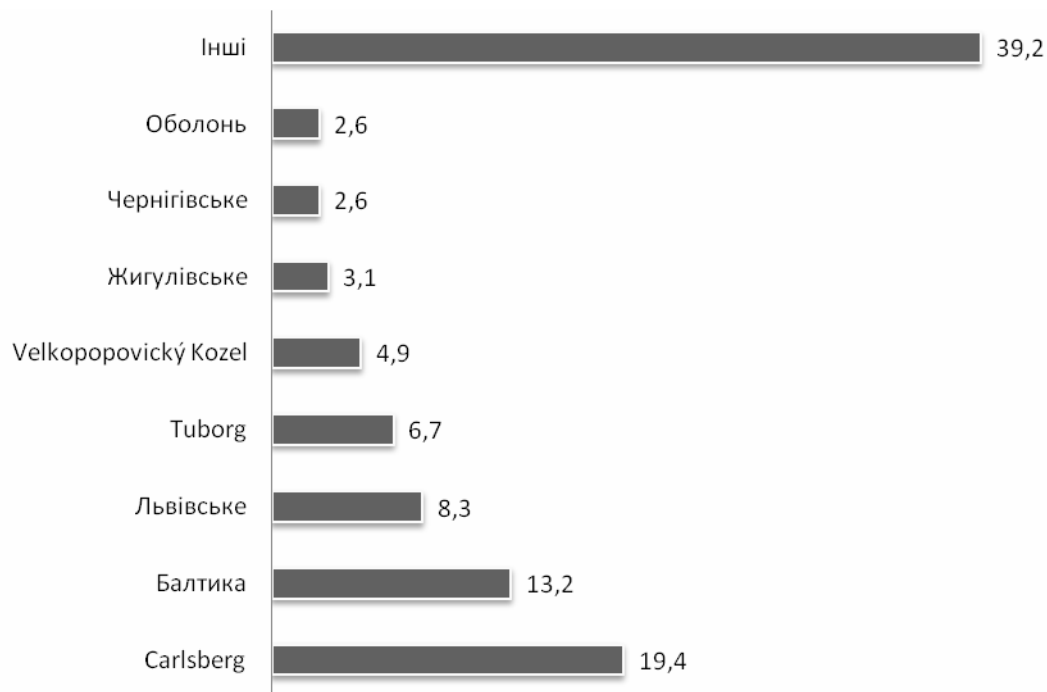


Рис. 2. Споживчі переваги по торговим маркам пива, % [3]

Закривають ланцюжок лідерів пиво «Жигулівське» (3,1%), «Чернігівське» (2,6%) і «Оболонь» (2,6%).

Вітчизняне пивоварне виробництво своїм розвитком завдячує в основному великим та середнім підприємствам. Натомість, кількість невеликих пивоварень поступово зменшується. Їх частка на ринку

становить близько 6 %. Ситуація, що склалася, вказує на те, що пивний ринок поступово наближається до повного насичення.

У 2008 р. обсяги виробництва пива в Україні досягли свого максимального значення за всю історію пивоваріння – 320 млн. дал. Але вже у 2009 р. ситуація суттєво змінилася. Обсяг виробництва пива скоротився на 6,2% зрівняно з попереднім роком. У 2010 р. ситуація покращилася, але ненадовго. Починаючи з 2011 р. до сьогодні спостерігається спад виробництва пива. За підсумками 2013 р. обсяги виробництва пива скоротилися на 8% – до 276,3 млн. дал. порівняно з 2012 р. Це зумовлюється: інфляцією, підвищенням ставок акцизного збору на пиво (1 травня 2014 р. на 42,5% – з 0,87 до 1,24 гривень за літр), підвищення податку на хмелярство і виноградарство (з 1% до 1,5), гострою конкурентною боротьбою за ринок збуту, низькою купівельною спроможністю населення (рис.3).

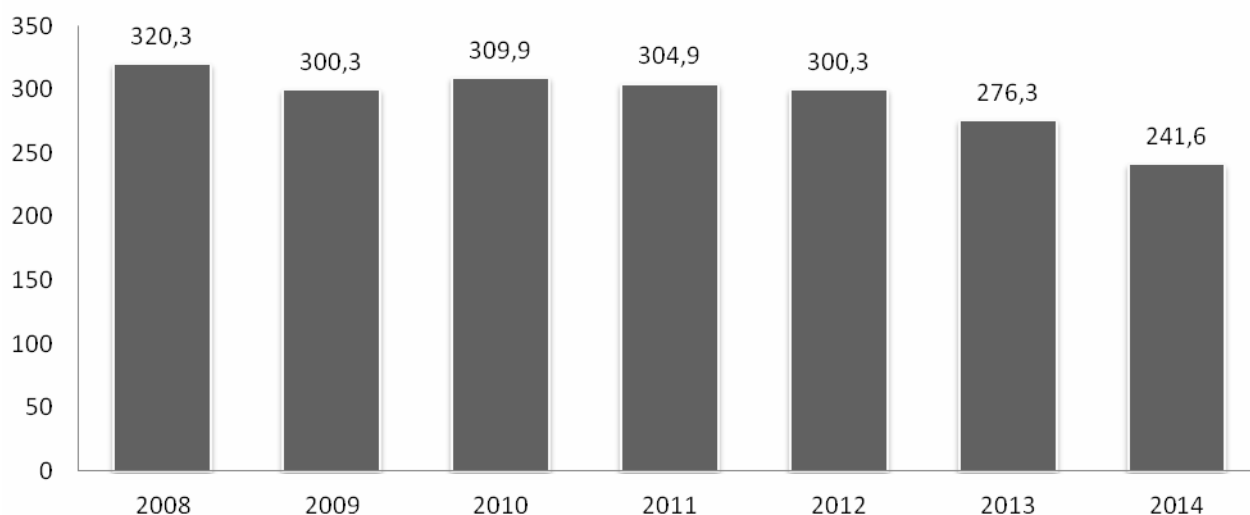


Рис. 3. Обсяги виробництва пива в Україні за 2008-2014 рр., млн. дал. [1]

За даними організації «Укрпиво» у 2014 році виробництво пива в Україні значно скоротилось (на 9,3 %). Виробничі потужності завантажені лише наполовину. У 2015 р. за прогнозами експертів слід очікувати подальше скорочення обсягів продажів і виробництва, в середньому на 4-6 %. В першу чергу, це пов'язано зі зниження купівельної спроможності населення, а також це пов'язано з макроекономічними показниками країни і конфліктом на сході [8].

На нашу думку, до цього переліку слід додати ще цілий комплекс чинників - холодну погоду, акцизну політику держави, зростання вартості пива, тощо.

Постійне зростання акцизів призводить до перманентного подорожчання пива, що на тлі негативних явищ в економіці погано позначається і на продажах. У минулому році, в основному через зростання акцизів, пиво подорожчало в роздрібній торгівлі на 11%.

У 2014 р. пінний продукт також став рекордсменом по підвищенню акцизних відрахувань. У березні 2014 р. Верховна Рада прийняла закон "Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні" [7], згідно якого суттєво підвищилися акцизи на пиво, алкоголь і сигарети. Як результат, з 1 травня акцизи на пиво підвищилися на 42,5% (з 0,87 до 1,24 грн. / л.), а сам напій подорожчав у середньому на 1 грн. за пляшку.

Негативним фактором є падіння купівельної спроможності населення. Індекс цін у 2014 р. порівняно з 2013 р. зріс майже на 27%. У даній ситуації підприємства пивоварної галузі змушені підвищувати ціни на продукцію, як один з необхідних кроків виживання в кризовій ситуації.

Також негативно на ринок пива впливає підвищення ставки збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства (з 1% до 1,5%), а також ставок акцизного податку. На початку 2015 року акциз на пиво зріс до 5%, що за прогнозами пивоварів, спричинило збільшення цін, так і зменшення обсягів виробництва [9]. Негативно вплинула на пивну галузь ініціативи місцевих рад щодо заборони продажу пива у вечірній і нічний час.

Виробникам пивних виробів необхідно впроваджувати компетентну маркетингову політику. Стан сучасної економіки, поступове насичення вітчизняного ринку пива, різноманітність сортів пива і торгових марок вимагають посилення комунікаційної діяльності, яка передбачає:

- активну рекламну політику;
- нові місця продажу. Українські виробники пивного ринку мають у цьому сегменті неосвоєні можливості. Так, в Україні лише 10% продажів пива припадає на канали HoReCa;
- розвиток міні-пивоварень. Міні-пивоварні в Україні, виробляючи пиво для ресторанів, на сьогодні не складають потужну конкуренцію або хоча б альтернативу міжнародним компаніям. Тим часом вони мають незаперечні переваги порівняно з великими корпораціями. Споживання пива у місці його виробництва –

дуже популярне у країнах з розвинутою культурою споживання пива. І ця тенденція повільно набуває популярності в Україні;

– розширення портфелю пивних брендів. Сьогодні в Україні налічується близько тисячі сортів пива, але великі компанії продовжують випускати нові сорти і марки пива для різних цінових сегментів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. В результаті проведеного дослідження можна дійти висновку, що ринок пива України досить перспективний, однак, останнім часом обсяги виробництва і рівень продажів на ринку помітно скорочується. Насамперед, це пов'язано із погіршенням економічної ситуації в країні і в цілому добробуту населення, з чим пов'язане зниження купівельної спроможності.

Також негативний вплив має нестабільна політична ситуація на розвитку пивоварного бізнесу. Політико-правові чинники мають велике значення для пивоварної галузі. Негативний вплив робить постійне підвищення акцизу на пиво. За результатами проведеного дослідження для підвищення конкурентоспроможності пивного ринку можна запропонувати наступне: вітчизняні підприємства повинні здійснювати моніторинг проблем розвитку галузі та стрімко реагувати на виклики конкурентного оточення. Проблема сировини можна вирішити за допомогою інвестицій у вітчизняні заводи з вирощування та переробки ячменю та хмелю. Україна має сприятливий клімат для вирощування цих культур та спроможна забезпечувати підприємства вітчизняною сировиною за умови застосування новітніх технологій.

Перспективи українського ринку пива залежать від рівня купівельної спроможності 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.

Список використаних джерел.

1. Державна служба статистики України: статистична інформація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Ратошнюк Т. М. Перспективи розвитку хмелярства України в контексті євроінтеграційних процесів // Т. М. Ратошнюк // Економіка АПК. - 2008. - № 4. - с. 59 - 62.
3. Федорчук А. Маркетинговое исследование рынка пива в Украине [Електронний ресурс] / А. Федорчук // Брендінгове агентство KOLORO – Режим доступу: <http://koloro.ua/blog/issledovaniya/marketingovoe-issledovanie-rynka-piva-v-ukraine.html>
4. Веб-сайт ПАТ «Сан ІнБев Україна» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.suninbev.com.ua/>
5. Веб-сайт ПАТ «Карлсберг Україна» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://carlsbergukraine.com/>.
6. Веб-сайт ВАР «Оболонь» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://obolon.ua/ukr/home/>.
7. Закон України «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні» від 27 березня 2014 р. № 1166-VII // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – № 20-21. – Ст. 745.
8. Сайт ПрАТ «Укрпиво» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://www.ukrpivo.com>
9. Податковий кодекс України/ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

References.

1. State Statistics Service of Ukraine, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Ratoshniuk, T. M. (2008), "Perspektyvy rozvytku khmeliarstva Ukrainy v konteksti yevrointehratsiinykh protsesiv", *Ekonomika APK*, vol.4, pp. 59 - 62.
3. Fedorchuk, A. "Marketingovoe issledovanie rynka piva v Ukraine", Brendingovoe agentstvo Koloro, [Online], available at: <http://koloro.ua/blog/issledovaniya/marketingovoe-issledovanie-rynka-piva-v-ukraine.html>
4. PAT «San InBev Ukraina», available at: <http://www.suninbev.com.ua/>
5. PAT «Karlsberh Ukraina», available at: <http://carlsbergukraine.com/>.
6. VAT «Obolon», available at: <http://obolon.ua/ukr/home/>.
7. The Verkhovna Rada of Ukraine (2014), The Law of Ukraine "Pro zapobihannia finansovoi katastrofy ta stvorennia peredumov dlia ekonomichnoho zrostannia v Ukraini", *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, vol. 20-21, p. 745.
8. PrAT «Ukrpyvo», available at: // <http://www.ukrpivo.com>
9. The Verkhovna Rada of Ukraine, The Law of Ukraine "Podatkovi kodeks Ukrainy", available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

Стаття надійшла до редакції 13.10.2015 р.