

УДК 658.1:663.4

О. В. Шереметинська,  
к. е. н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності  
та логістики, Національний університет харчових технологій  
А. В. Азізян,  
студентка, Національний університет харчових технологій

# АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРОВІДНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ПИВА

О. Sheremetynska,  
Candidate of Economic Science, Senior Lecturer of the Department  
of Foreign Trade Management and Logistics, Kyiv National University of Food Technologies  
A. Azizian,  
Student, National University of Food Technologies, Kyiv

## ANALYSIS OF THE PRODUCTS COMPETITIVENESS OF THE LEADING UKRAINIAN COMPANIES IN THE BEER MARKET

*У статті проведено аналіз українського ринку пива, його сучасний стан та прогнозування подальшого розвитку. Також в ході аналізу виявлено основні лідери по виробництву пива в Україні та проведений аналіз конкурентоспроможності їх продукції, за допомогою розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності. Досліджено потенційні можливості найбільш конкурентної продукції для реалізації її на нові ринки збуту.*

*The article analyzed the Ukrainian beer market, its current state and forecasting of future development. Also, the analysis identified the main leaders of the beer production in Ukraine and analyzes the competitiveness of their products identified leaders by calculating the integral index of competitiveness. We investigated the potential of the most competitive products for the realization of its new markets.*

*Ключові слова: ринок пива, основні виробники, конкурентоспроможність, інтегральний показник.  
Key words: beer market, the major manufacturers, competitive, integral index.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Ринок пива є значною невід'ємною ланкою переробної промисловості України. Прибутковість підприємства

впливає не лише на загальну рентабельність підприємства, а й здійснює вплив на державу шляхом сплати податків та місцевих зборів. А через велику популярність

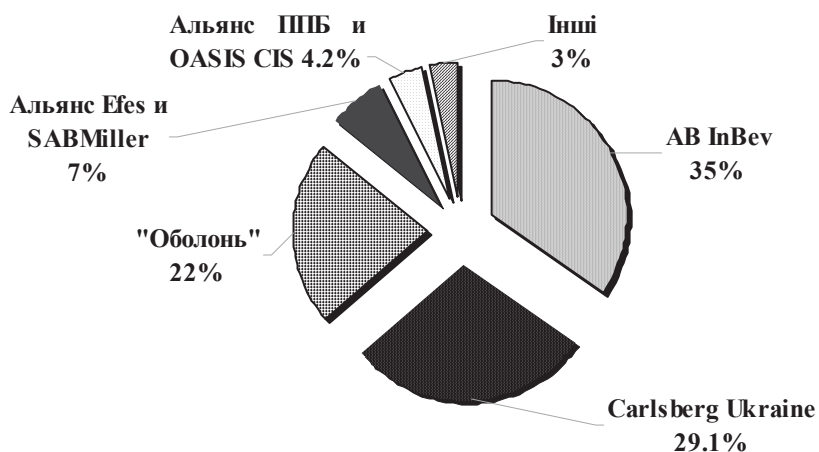


Рис. 1. Частки ринку даних виробників у 2014 році, %

Джерело: [2].

на достатньо рентабельну продукцію пивної індустрії, ця сфера є фінансово вигідною для інвесторів. Саме тому постійне дослідження ринку пива та виявлення можливих загроз та майбутніх перспектив є важливим питанням. А враховуючи стан та перспективи розвитку пивної індустрії на сьогодні, постає питання пошуку нових закордонних ринків збуту, що тягне за собою необхідність визначення та виявлення шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності продукції лідируючих підприємств.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проведенням досліджень з питань розвитку пивної промисловості та прогно-

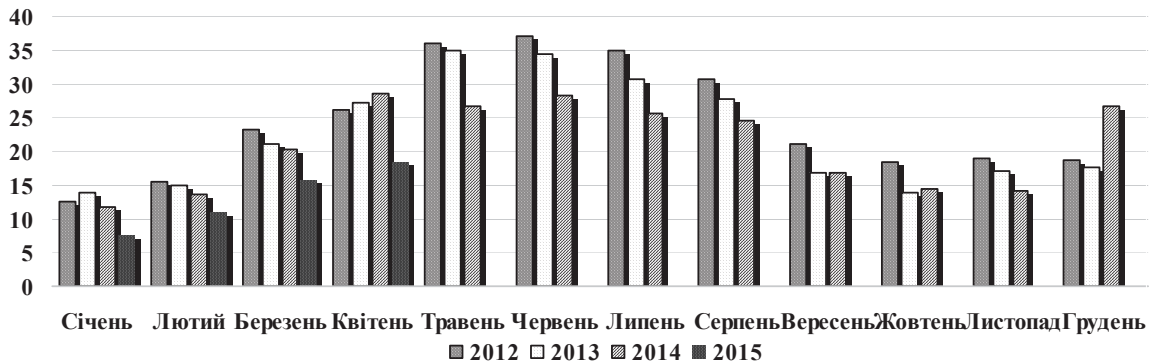


Рис. 2. Динаміка виробництва пива в Україні 2012—2015 рр, млн дал

Джерело: [1].

зуванням можливості подальшого просування відповідної продукції на нові ринки збуту займалися такі провідні науковці, як П.В. Єрмоляєв, І.В. Мельник, В.І. Сташейко, А.В. Процеко, Д.І. Берницька, Т.Ю. Приймачук, О.Б. Шмаглій, Т.А. Штанько, Т.М. Ратошнюк, Т.Ю. Сітнікова та інші. Однак, зважаючи на гостру політичну та економічну ситуацію в країні на даному етапі, подальше вивчення конкурентної ситуації в даній промисловості є нагальним питанням. Особливо це стосується питань прогнозування подальшого розвитку галузі та перспектив виходу на зарубіжні ринки збуту.

**ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ**

Метою статті є визначення основних виробників на ринку пива України, в ході аналізу пивної індустрії, та визначення найбільш конкурентної продукції для подальшого виходу на нові зарубіжні ринки збуту.

**ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Протягом останнього десятиліття пивний ринок України контролювався чотирма компаніями, лише одна з яких немає іноземного капіталу. Інші три були викуплені в період з 2000 по 2008 рр. трьома глобальними гравцями на світовому ринку пива: AB InBev, SABMiller та Carlsberg. Та вже на початку 2012 р. правонаступником міжнародного пивоварного гіганта SABMiller стає турецька компанія Anadolu Efes. Втім, опосередковано SABMiller зберіг свою присутність на українському пивному ринку, оскільки згідно з умовами передачі своїх пивоварних активів в Україні та Росії турецькій компанії

SABMiller отримав 24% акцій Anadolu Efes (через відповідне збільшення статутного капіталу останньої).

На рисунку 1 представлені частки ринку основних виробників пива.

Згідно з даними діаграми можна виділити основних виробників на ринку пива України [2]:

1. AB InBev (ТМ "Чернігівське", "Bud", "Янтар", "Рогань", "Stella Artois", "Staropramen", "Beck's" та ін.).
2. Carlsberg Ukraine (ТМ "Львівське", "Славутич", "Арсенал", "Tuborg", "Holsten", "Carlsberg" та ін.).
3. "Оболонь" (ТМ "Оболонь", "Hike", "Carling", "Zibert", "Zlata Praha", "Жигулівське", "Охтирське" і т.д.).
4. Альянс Efes і SABMiller (ТМ "Сармат" і "Velkoporovický Kozel"); Альянс ППБ і Oasis CIS (ТМ "Перша приватна броварня", "Галицька корона", "Жигулі Барне", "Закарпатське", Stare Misto та ін.).

За даними Державної служби статистики України сформовано графік, на якому представлена динаміка виробництва пива в Україні за 2012—2015 роки, що наочно демонструє ситуацію на ринку пива на сьогодні. Аналіз даних демонструє значний спад в обсягах виробництва пива приблизно на 20—30 млн дал на рік за 2012—2014 рр. Виходячи з даних за січень—квітень 2015 року можна прогнозувати подальший спад обсягів виробництва, навіть у значно більшій мірі [4]. Такий спад пов'язаний в першу чергу з підвищенням цін на сировину, які використовуються на виробництво пива. Іншим фактором впливаючим на зниження обсягів виробництва є визнання пива алкогольним напоєм, що призвело до підвищення податків на появу акцизного збору на пиво.

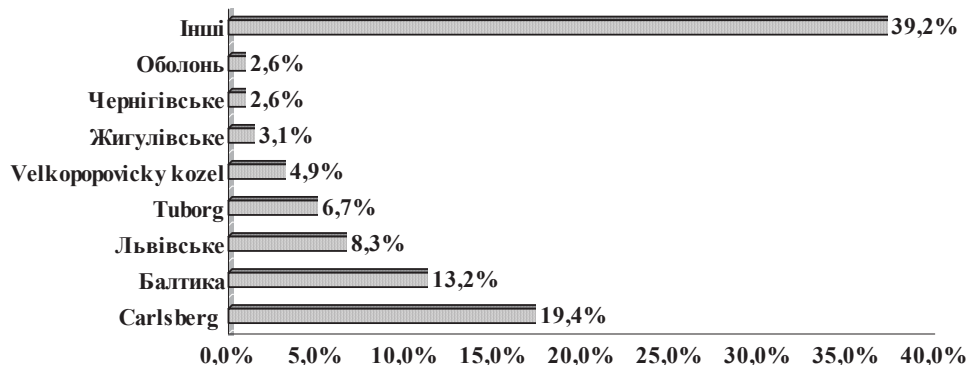


Рис. 3. Споживчі переваги по торговим маркам пива, %

Джерело: [2].

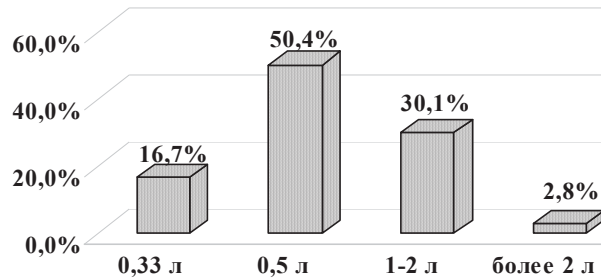


Рис. 4. Обсяги споживання пива в Україні за 2014 рік, %

Джерело: [2].

Таблиця 1. Кількісні показники безалкогольного пива

Показник	Одиниця виміру	«Оболонь»	«Славутич»	«Рогань»
Енергетична цінність	ккал	27	32	18,3
Харчова цінність	ккал	5,9	8,35	8
Ціна	грн.	9,59	8,32	9,00
Висота піни	мм	55	40	45
Піностійкість	хв	5	4,5	4
Масова частка спирту	%	0,28	0,51	0,48
Масова частка сухих речовин у початковому суслі	%	6,49	6,41	6,41

Джерело: узагальнено автором за даними [6].

Таблиця 2. Якісні показники безалкогольного пива

Показники	«Оболонь»	«Славутич»	«Рогань»
Прозорість та колір	відмінно	відмінно	добре
Запах	добре	відмінно	відмінно
Смак	добре	відмінно	задовільно

Джерело: узагальнено авторами за даними [6].

Таблиця 3. Ранжування показників

Ранг	Показник	Ранг	Показник
1	Смак	6	Ціна
2	Масова частка спирту	7	Висота піни
3	Масова частка сухих речовин у початковому суслі	8	Піностійкість
4	Енергетична цінність	9	Харчова цінність
5	Запах	10	Прозорість та колір

Джерело: розроблено авторами.

На рисунку 3 представлений рейтинг пива за торговими марками в Україні, тобто рейтинг найвживанішого пива у відсотках.

Трійку лідерів серед торгових марок зайняли наступні: "Carlsberg" (19,4%), "Балтика" (13,2%) і "Львівське" (8,3%). Далі йдуть такі торгові марки як "Tuborg" (6,7%) і "Velkorovicky Kozel" (4,9%). Замикають ланцюжок лідерів пиво "Жигулівське" (3,1%), "Чернігівське" (2,6%) і "Оболонь" (2,6%).

На сьогоднішній день ринок пива в Україні відзначає деяке падіння рівня споживання і виробництва пива, а саме за період 2014—2015 роки. Насамперед, це пов'язано з погіршенням економічної ситуації в країні і в цілому добробуту населення, з чим пов'язане зниження купівельної спроможності.

За 2014 виробництво пива в Україні значно скоротило свої обсяги, на 9,3% (за даними організації "Укрпиво"), виробничі потужності завантажені лише наполовину. У 2015 р за прогнозами експертів слід очікувати подальше скорочення обсягів продажів і виробницт-

ва, в середньому на 4—6%. В першу чергу, це пов'язано зі зниження купівельної спроможності населення, а також це з макроекономічними показниками країни і конфліктом на сході. В цілому український ринок пива досить перспективний, на сьогоднішній день тут випускається близько 20 ліцензованих брендів пива, більше 400 сортів. Для ґрунтовної оцінки конкурентоспроможності певної продукції слід врахувати наступні особливості українського ринку пива [2]:

1. За останні роки спостерігається значне зниження загального обсягу виробництва пива в Україні та зниження частки ринку підприємств-лідерів.

2. Зниження рівня споживання продукції через погіршення стану добробуту населення.

3. Відбувається зміна переваг населення від торгових марок середньоцінового сегмента на економ і преміальний сегмент торгових марок.

4. Через зміну переваг населення великі підприємства переорієнтовуються на більш дешеві марки пива.

5. Підтримання високого рівня якості міцного алкоголю.

Ринок пива України досить перспективний, однак, останнім часом обсяги виробництва і рівень продажів на ринку помітно скорочується. Більше 60% населення України споживають пиво, більша частина споживачів припадає на чоловіче населення (76%). Значну частку продукції на ринок також постачають два альянсу: Альянс Efes і SABMiller, і Альянс ППБ і Oasis CIS.

У 2015 році експерти прогнозують подальше зниження рівня виробництва пива та обсягів його продажів, в середньому на 4—6%. Експорт українського пива здійснюється в 42 зарубіжних країни. За підсумками 2014 Україна скоротила експорт пива на 45,5%, крім того, скоротився і імпорт — на 10,1% (за даними організації "Укрпиво"). Експорт Українського пива здійснюється в основному в Росію і країни СНД. Основними імпортерами пива в Україні є: Росія, Бельгія, Німеччина та Чехія.

Виходячи з результатів проведеного аналізу можна зробити висновок, що існує гостра необхідність пошуку нових ринків збуту. Враховуючи заповненість і високу конкуренцію на європейському ринку пива, пошук ринків збуту в тій області не представляється можливим на даному етапі для українських підприємств.

Однак є ще достатньо ринків, куди підприємства може вийти, враховуючи досить конкурентоспроможну якість продукції. Корпорація "Оболонь" у листопаді 2011 року здійснила перші експортні поставки пива до Китаю. Відтепер продукція ТМ "Оболонь" буде представлена в роздрібній мережі магазинів Wal-Mart, готелях та ресторанах найбільших міст Китаю. Середня вартість 0,5 літра оболонського пива в магазині складе від 20 юанів (3,14 дол.) Ринок пива в КНР знаходиться в активній стадії формування, що є сприятливою умовою для подальшого налагодження експортної програми корпорації "Оболонь" [5].

У 2014 році ринок пива Китаю становив 79% в порівнянні з аналогічним ринком США. За прогнозами експертів Euromonitor, цей показник збільшиться на 45% до 2017 р що зробить Китай лідером світового ринку пива [7].

Протягом останніх років на ринку пива Китаю спостерігається значне різке зростання споживання пива. На думку експертів подібне динаміка пов'язана зі зростаючою урбанізацією і зростанням доходів населення.

На період з 2013 по 2018 рр. У Китаї прогнозується зростання доходів населення двозначними темпами, що призведе до збільшення платоспроможних потенційних споживачів, в той час як у США споживання скорочуватиметься [7].

Приріст нових споживачів і поліпшення макроекономічної обстановки стимулюватимуть попит на пиво, а через те, що внутрішній ринок пива недостатньо розгалужений, Китай буде активно приймати експортні поставки пива з інших країн.

Вкрай позитивна динаміка на китайському ринку пива стала причиною того, що найбільші виробники цього напою сфокусувалися саме на Китаї та активно інвестували в розширення своєї присутності в цій країні.

Наприклад, данська Carlsberg, четверта за розміром пивоварна компанія світу, ще в грудні минулого року заявила про розширення виробництва в Китаї, яке коштуватиме компанії близько 1560000000 юанів (\$ 250 млн).

А підприємство ПАТ "Оболонь", зробивши перші поставки до Китаю ще у 2011 році, значно збільшила обсяги експорту до цієї країни уже в 2014.

Оболонь і інші компанії в минулому році збільшили свою присутність на ринках, що розвиваються, оскільки спостерігається спад в Європі, яка постраждала від кризи. На Азію припадає 35% світового споживання пива, це найбільший і швидко розвивається регіональний ринок.

Аналізуючи дану інформацію, можна зробити висновок, що ринок пива Китаю на даному етапі є найбільш привабливим для основних виробників пива України.

Також можливо в найближчі роки, зміцнивши відносини з китайським ринком пива, українські підприємства будуть шукати вихід на ринки Латинської Америки, Африки та інших країн Азії.

**Таблиця 4. Оцінки якості й відповідні стандартні оцінки на шкалі бажаності**

Оцінка якості	Оцінка на шкалі бажаності	
	Діапазон	Середнє значення
Відмінно	Більше 0,950	0,975
Дуже добре	0,875-0,950	0,913
Добре	0,690-0,875	0,782
Задовільно	0,367-0,690	0,530
Погано	0,066-0,367	0,285
Дуже погано	0,0007-0,066	0,033
Кепсько	Менше 0,0007	-

Джерело: [3].

**Таблиця 5. Результати розрахунку кількісних та якісних параметрів безалкогольного пива**

№	Характеристика	W <sub>i</sub>	«Оболонь» світле	«Славутич» світле	«Рогань» світле
1	Смак	0,18	0,782	0,975	0,53
2	Масова частка спирту	0,16	1	0,549	0,583
3	Масова частка сухих речовин у початковому суслі	0,15	0,988	1	0,997
4	Енергетична цінність	0,13	0,844	1	0,572
5	Запах	0,11	0,782	0,975	0,975
6	Ціна	0,09	0,868	1	0,924
7	Висота піни	0,07	1	0,727	0,818
8	Піностійкість	0,05	1	0,9	0,8
9	Харчова цінність	0,04	0,707	1	0,958
10	Прозорість та колір	0,02	0,975	0,975	0,975

Джерело: узагальнено авторами на основі даних [6].

Але виходу на новий ринок збуту, особливо коли це зарубіжний ринок, передує оцінка конкурентоспроможності продукції підприємства. В першу чергу, необхідно визначити продукція якого підприємства є найбільш конкурентоспроможною на вітчизняному ринку. Для даного аналізу було обрано безалкогольне пиво трьох провідних виробників пива в Україні, а саме, ПАТ "Оболонь", АВ InBev та Carlsberg Ukraine. Основою аналізу конкурентоспроможності продукції даних підприємств є набір технічних та цінових характеристик безалкогольного пива.

Аналізуючи кількісні показники, представлені в табл. 1 видно, що значення показників істотно не відрізняються, тобто можна зробити висновок, що на даному етапі оцінки рівень конкурентоспроможності даного продукту підприємств-конкурентів не значний.

Окрім кількісних показників важливою частиною аналізу конкурентоспроможності є наявність якісних показників, які наведені в таблиці 2.

В першу чергу необхідно проранжувати кількісні та якісні показники безалкогольного пива, враховуючи їх важливість, від більш до менш важливих. Результати представлені у таблиці 3.

Наступник кроком є розрахування вагових коефіцієнтів для кожного з обраних показників за формулою [3]:

$$W_i = \frac{2(N - i + 1)}{N(N + 1)} \quad (1),$$

де N — загальна кількість показників, враховуючи кількісні та якісні;

i — ранг параметру.

На основі даної формули було розраховано вагові коефіцієнти для якісних та кількісних показників:

$$W_1 = 0,18 \quad W_6 = 0,09$$

$$W_2 = 0,16 \quad W_7 = 0,07$$



$$\begin{aligned} W_3 &= 0,15 \\ W_4 &= 0,13 \\ W_5 &= 0,11 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} W_8 &= 0,05 \\ W_9 &= 0,04 \\ W_{10} &= 0,02 \end{aligned}$$

З метою визначення інтегрального показника конкурентоспроможності для безалкогольного пива необхідно здійснити нормування кількісних і якісних параметрів. Нормування кількісних показників здійснюється до еталонного — максимального чи мінімального у залежності від впливу на показник конкурентоспроможності:

— якщо в якості еталонного обране найбільше  $A_{i_{max}}$ , то всі значення даного рядка діляться на нього та у таблицю заноситься  $a_{ij} = A_{ij} / A_{i_{max}}$ ;

— якщо в якості еталонного обране найменше  $A_{i_{min}}$ , то еталонне значення ділиться на інші значення даного рядка та у таблицю заносяться  $a_{ij} = A_{i_{min}} / A_{ij}$  [3].

Для нормування якісних параметрів використовують значення функції бажаності (табл. 4).

У наступній таблиці 5 наведено результати розрахунку кількісних та якісних параметрів безалкогольного пива трьох основних конкурентів на ринку пива України.

На основі отриманих результатів, визначимо інтегральні показники конкурентоспроможності безалкогольного пива трьох постачальників за наступною формулою [3]:

$$A_j = \sum_{i=1}^n w_i a_{ij} \quad (2),$$

де  $a_{ij}$  — нормований показник;

$w_i$  — ваговий коефіцієнт.

$$A_{\text{Оболонь світле}} = 0,891$$

$$A_{\text{Славутич світле}} = 0,897$$

$$A_{\text{Рогань світле}} = 0,754.$$

За результатами проведеного аналізу конкурентоспроможності безалкогольного пива провідних українських виробників можна зробити висновок, що найбільш конкурентоспроможним є пиво "Славутич" світле, так як його інтегральний показник приймає найбільше значення, тобто  $A_{\text{Славутич світле}} = 0,897 \rightarrow \max$ . Згідно з отриманими даними аналізу можна підсумувати, що конкурентоспроможним на українському ринку є пиво підприємства "Carlsberg", тому саме його продукцію необхідно просувати на нові ринки збуту, якими в майбутньому повинні стати Азія, Африка та Австралія.

## ВИСНОВКИ Й ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Підсумовуючи результати проведеного дослідження ринку пива України, можна зробити висновок, що на даному етапі пивна індустрія знаходиться в тяжкому стані через значне скорочення обсягів споживання продукції на вітчизняному ринку. У 2015 році експерти прогнозують подальше зниження рівня виробництва пива та обсягів його продажів, в середньому на 4—6%. Головною причиною такого падіння є значне підвищення податків та зборів, що безпосередньо впливає на собівартість і, відповідно, на ціну виготовленої продукції. Саме тому, задля покращення стану пивної індустрії пропонується вихід на нові зарубіжні ринки збуту, а виходячи з високого рівня конкуренції на європейському

ринку, пропонується вихід у першу чергу на ринок Азії. Для цього був проведений аналіз конкурентоспроможності продукції основних виробників пива в Україні, а саме ПАТ "Оболонь", AB InBev та Carlsberg Ukraine, та за результатами розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності визначено, що найбільш конкурентною є продукція "Carlsberg". Виходячи з досвіду підприємства ПАТ "Оболонь", яке з 2011 року здійснює поставки своєї продукції до Китаю, прогнозується подальше освоєння ринків Азії, Африки та Австралії.

### Література:

1. Виробництво основних видів продукції 2014 рік / Державна служба статистики [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Маркетинговое исследование рынка пива в Украине 2015 г. / Брендінгове агентство KOLORO [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://koloro.ua/>
3. Методичні рекомендації до практичних занять з маркетингу / Запорізький національний Університет [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://sites.znu.edu.ua/>
4. Петухова О.М. Тенденції розвитку світового та українського пивного ринку / О.М. Петухова // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" / № 1. — 2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/>
5. Украинское пиво на китайском рынке / Від 17.12.2011 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://trademaster.ua/>
6. Тест безалкогольного пива // "Автомобильное" пиво [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.autocentre.ua/>
7. Рынок пива в Китае станет крупнейшим в 2017 году / Від 29.07.2014 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.vestifinance.ru/>

### References:

1. State Statistics Committee of Ukraine (2015), "Production of major products in 2014", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 04 Feb 2016).
  2. KOLORO (2016), "Marketing research of the market of beer in Ukraine in 2015", available at: <http://koloro.ua/> (Accessed 04 Feb 2016).
  3. Zaporizhzhya National University (2016), "Guidelines for practical classes on marketing", available at: <http://sites.znu.edu.ua/> (Accessed 04 Feb 2016).
  4. Pietukhova, O.M. T (2015), "Tendencies of development global and Ukrainian beer market", Elektronne naukove fakhove vydannia "Efektyvna ekonomika", vol. 1, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/> (Accessed 04 Feb 2016).
  5. Trademaster (2011), "Ukrainian beer in the Chinese market", available at: <http://trademaster.ua/> (Accessed 04 Feb 2016).
  6. Autocentre (2015), "The non-alcoholic beer test", available at: <http://www.autocentre.ua/> (Accessed 04 Feb 2016).
  7. Vestifinance (2014), "The beer market in China will become the largest in 2017", available at: <http://www.vestifinance.ru/> (Accessed 04 Feb 2016).
- Стаття надійшла до редакції 18.02.2016 р.*