

**Галина П'ЯТНИЦЬКА,
Наталія РАКША,
Олег ГРИГОРЕНКО**

РОЗВИТОК РИНКУ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ В УКРАЇНІ

Проведено аналіз вітчизняного ринку алкогольних напоїв. Визначено сучасні тенденції та основні чинники впливу на його розвиток. Встановлено лідерів продажів у різних сегментах ринку.

Ключові слова: ринок, алкогольні напої, горілка, вино, коньяк, розвиток, виробництво, товарооборот, торгівля, ресторанне господарство, експорт, імпорт, акциз, ціна, лідери продажів.

Ринок алкогольних напоїв – як один із сегментів товарного ринку харчової промисловості – відіграє важливу роль у розвитку вітчизняної економіки. Маючи достатньо високу ємність і стабільно високий попит на продукцію, сфера виробництва алкогольних напоїв є привабливим об'єктом для інвестування. Діяльність підприємств-виробників, хоча й відбувається в умовах гострої конкуренції, є високорентабельною. Така конкуренція позитивно позначається на якості продукції, сприяє інноваціям у маркетинговій політиці підприємств і підвищує рівень задоволення споживачів. Однак, з іншого боку, висока інтенсивність конкуренції актуалізує необхідність перманентного відстеження тенденцій на ринку алкогольних напоїв (особливо в умовах прояву в країні наслідків загальноекономічної кризи).

Деякі аспекти, пов'язані з ситуацією, що склалася на ринку алкогольних напоїв до 2008 р., наприкінці якого в Україні почали проявлятися перші наслідки економічної кризи, висвітлено у працях І. Матчина, А. Авідзба [1], О. Гаркуші [2], О. Філановського [3], В. Чабаненко [4], В. Загоруйко [5] та ін. Однак перспективи та сучасні тенденції розвитку цього ринку, зважаючи на специфіку державного регулювання в Україні, до цього часу глибоко не вивчалися.

Цілі дослідження – визначення посткризових тенденцій та основних чинників впливу на розвиток ринку алкогольних напоїв в Україні, встановлення лідерів продажів у різних його сегментах.

В Україні протягом 2008–2010 рр. щорічні обсяги легального виробництва алкогольних напоїв в цілому мали тенденцію до зростання. Проте в 2011 р. зафіксовано ознаки стагнації, які особливо проявилися в сегментах горілки та вин (*табл. 1*). Причинами виник-

нення такої ситуації могло стати: зростання обсягів нелегального виробництва; активізація імпорту алкогольних напоїв на фоні ймовірного скорочення експорту; цінова кон'юнктура; негативний вплив наслідків економічної кризи на формування споживчого попиту.

Таблиця 1

**Динаміка виробництва алкогольних напоїв
в Україні протягом 2008–2011 рр. ***

Група алкогольних напоїв	Обсяг виробництва напоїв, млн дал				Темп приросту (скорочення) виробництва, %			Абсолютне відхилення обсягів вироб- ництва 2011 / 2010, млн дал
	2008	2009	2010	2011	2009 / 2008	2010 / 2009	2011 / 2010	
Горілка, інші міцні спиртні напої	39.96	42.33	42.38	33.25	5.93	0.12	-21.54	-9.13
Лікери, солодкі наливки, спиртові настоянки, інші спиртні напої	21.72	13.12	11.75	11.99	-39.61	-10.44	2.06	0.24
Коньяк	3.89	3.13	3.35	4.29	-19.58	7.30	28.01	0.94
Вино "Шампанське"	4.05	4.23	4.21	3.73	4.47	-0.49	-11.33	-0.48
Вина ігристі (крім вина "Шампанське")	1.75	1.53	1.81	1.72	-12.21	18.41	-5.40	-0.10
Вина виноградні	21.05	23.10	29.11	17.00	9.75	26.00	-41.58	-12.10
Вермут та аналогічні вироби	0.36	0.58	0.92	0.98	63.59	57.74	6.36	0.06
Напої ферментовані, напої змішані, з вмістом алкоголю	4.35	3.26	1.99	1.00	-24.99	-39.04	-49.87	-0.99
Напої слабоалкогольні	11.40	7.90	9.66	10.40	-30.70	22.29	7.66	0.74
Пиво**	320.00	300.00	309.91	305.20	-6.25	3.30	-1.52	-4.71

Примітки: * Розраховано за даними Державної служби статистики України [6, с. 159; 7, с. 19–20].

** Включаючи пиво безалкогольне й пиво з вмістом алкоголю менше 0.5 %.

За оцінками експертів [8], тіньовий ринок алкоголю в Україні на початку квітня 2012 р. становив понад 40 % і мав передумови для подальшого зростання. Головна причина поширення тінізації виробництва алкогольної продукції, на наш погляд, пов'язана з планами КМ України підняти мінімальну ціну на горілку до 33 грн. Зауважимо, що постановою Кабміну № 819 від 3 серпня 2011 р. [9] вже було встановлено нові мінімальні ціни на цю продукцію. Зокрема, на горілку та лікери-горілчані вироби міцністю 40 % об. у пляшках місткістю 0.5 л нова оптово-відпускна ціна становила 17.7, роздрібна – 26.1 грн.

Аналіз показників імпорту алкогольних напоїв в Україну свідчить, що після падіння його обсягів у 2009 р. порівняно з 2008 р. (як у натуральних, так і грошових одиницях виміру) протягом наступних двох років намітилась тенденція до його зростання (табл. 2).

**Зміни в імпорті алкогольних напоїв
в Україну протягом 2008–2011 рр. ***

Група алкогольних напоїв,	Темпи приросту (скорочення), %						Абсолютне відхилення імпорту напоїв 2011 / 2010	
	фізичних обсягів			вартісних обсягів			тис. дал	млн доларів США
	2009 / 2008	2010 / 2009	2011 / 2010	2009 / 2008	2010 / 2009	2011 / 2010		
Горілка **	-41.07	129.23	124.17	-47.97	91.02	101.62	357.2	17.8
Лікери та солодкі наливки ***	-35.11	36.88	40.45	-41.80	56.13	52.96	16.7	6.3
Віскі ***	-33.51	62.28	59.27	-44.73	75.45	63.56	51.8	15.4
Ром і тафія **	-26.02	46.91	92.04	-31.11	94.42	117.35	14.0	3.0
Джин та ялівцева настоянка **	-42.86	40.82	59.15	-49.76	41.50	70.87	7.0	1.2
Спиртові дистилляти та спиртні напої, одержані шляхом перегонки виноградного вина або вичавок винограду **	-11.83	28.70	50.03	-36.54	28.03	50.09	673.8	33.5
Вина ігристі	-54.00	66.07	98.93	-42.03	62.04	79.79	124.5	6.5
Вина виноградні (крім ігристих), включаючи вина кріплені	-59.12	96.43	50.87	-42.85	46.92	49.57	1602.3	30.3
Вермут та інше вино виноградне, з доданням рослинних або ароматизувальних екстрактів	-70.51	160.39	22.72	-57.48	238.92	64.48	54.1	5.9
Інші зброджені напої; суміші із зброджених напоїв і суміші зброджених напоїв із безалкогольними напоями	-26.13	116.94	149.48	-28.41	83.46	156.79	40.6	1.2
Пиво із солоду	-24.05	62.92	46.11	-32.73	60.63	56.59	1091.1	12.5

Примітки: * Розраховано за даними Державної служби статистики України [10].

** Тис. дал у перерахунку на 100-процентний спирт.

*** Наприклад, сидр, перрі (грушевий напій), напій медовий.

Основними постачальниками горілки в Україну є Росія (87.1 % загального обсягу імпорту горілки 2011 р. у натуральних одиницях виміру та 70.9 % – у грошових) і Литва (5.7 і 13.9 % відповідно)¹. Найбільшими імпортерами лікерів, солодких наливок і спиртових настоянок у 2011 р. відповідно за кількісними й вартісними обсягами (%) були: Чехія (29.0 і 12.5), Ірландія (13.6 і 32.9), Німеччина (9.1 і 1.9). Вагомі частки імпорту вина (%) у 2011 р. припадали відповідно у натуральних і грошових одиницях на Молдову (53.3 та 21.2), Грузію (16.0 і 21.9), Францію (4.3 та 16.0), Чилі (4.6 і 7.1). Понад 56 % українського ринку імпортного пива в натуральних одиницях виміру належить Росії, інші частки практично рівномірно розподіляються між Бельгією, Чехією, Великою Британією, Іспанією, Німеччиною та іншими країнами.

На фоні зростання імпорту в Україну експорт алкогольних напоїв останнім часом має тенденцію до скорочення. Так, у 2011 р. по-

¹ Тут і далі розрахунки з експорту та імпорту алкогольних напоїв проведено на основі даних Державної служби статистики України [10].

рівняно з 2010 р. експорт української горілки зменшився на більш ніж 18 % (або на 390 тис. дал); вина виноградного (крім ігристих), включаючи вина кріплені, – у 1.9 раза (або на майже 2.6 млн дал); вина ігристого та пива – на 12.5 і 12.3 % відповідно (або на 65 тис. дал та 3.7 млн дал).

За офіційними статистичними даними [10], головним зовнішнім ринком збуту української алкогольної продукції є Росія. Від загального обсягу експорту відповідних напоїв (у натуральних одиницях виміру) в 2011 р. Україна до Росії постачала 58.0 % горілки, 80.3 – виноградних вин (включаючи кріплені та ігристі), 82.1 – пива.

Експансія українських виробників на російський алкогольний ринок має об'єктивний характер, зважаючи на значну ємність цього ринку, географічне сусідство, схожу слов'янську ментальність щодо споживання та якості алкогольних напоїв. Саме тому зменшення експорту до Росії, як правило, найбільш чуттєво відбивається на розвитку відповідного українського ринку. Чинниками, що спричиняли останнім часом скорочення обсягів експорту алкогольних напоїв до Росії, виступали не тільки наслідки загальноєкономічної кризи, а й виникнення проблем при запровадженні в Росії Єдиної державної автоматизованої системи обліку обсягів виробництва й обігу етилового спирту, алкогольних напоїв і продукції із вмістом спирту.

Розвиток ринку будь-якого товару прямо залежить від його споживання, тому, визначаючи стратегічні перспективи ринку алкоголю, часто проводять аналіз особливостей споживання різних напоїв і динаміки їх роздрібного товарообороту.

У грудні 2011 р. компанією *Research & Branding Group* [11] методом особистого інтерв'ювання у 24-х областях України та АР Крим серед дорослого населення проведено дослідження щодо ставлення українців до вживання алкоголю². У результаті отриманої інформації встановлено, що:

- понад дві третини дорослого населення періодично вживає алкогольні напої, 30 % – взагалі не вживає;
- найбільше в Україні споживають горілку та пиво, а найменше – віски, джин, ром, лікери, самогон. Популярністю користуються сухі, ігристі ("Шампанське") та кріплені вина, коньяк і бренді;
- у середньому в Україні горілку купують кожні 2–2.5 тижня, вино – три рази на два місяці, коньяк – трохи рідше, ніж раз на місяць;
- найбільша сума витрачається на придбання міцних алкогольних напоїв і пива іноземних марок – у середньому трохи більше 400 грн на місяць у розрахунку на одну особу дорослого населення, на напої вітчизняних марок – 280–295 грн;

² Вибіркова сукупність становила 2 078 осіб. Очікувана середня помилка виборки ± 2.2 %.

• чоловіки на алкогольні напої витрачають більше, ніж жінки; найекономнішими у витратах на них є споживачі 30–39 років; обсяги їх купівлі збільшуються зі зростанням рівня середньомісячних доходів споживачів. Мешканці Центральної України та міст-мільйонників витрачають на алкогольні напої більше, ніж мешканці Західної України та населених пунктів іншого типу.

За результатами нашого дослідження, протягом 2011–2012 рр. виявлено, що переважна кількість українських споживачів частіше віддає перевагу дешевим групам алкогольних напоїв. Водночас продажі середнього та преміального цінового сегментів, рентабельність виробництва яких вища, навпаки, скорочуються. Внаслідок цього виробники терплять збитки, які, ймовірно, зростатимуть, оскільки рецесія на вітчизняному ринку алкогольних напоїв, напевно, триватиме ще не один рік.

За даними Державної служби статистики України [12; 13], протягом 2008–2011 рр. роздрібний товарооборот алкогольних напоїв у торговій мережі та закладах ресторанного господарства країни мав тенденцію до збільшення як у фактичних, так і порівняних цінах (табл. 3). Приблизно 92 % цієї продукції реалізувалося через підприємства роздрібної торгівлі, оскільки частота відвідування закладів ресторанного господарства в Україні на сьогодні порівняно невисока та ціни в них вищі. За результатами проведеного нами в Києві у 2011–2012 рр. опитування, понад 70 % респондентів користується послугами барів не більше 2–4 разів, а послугами ресторанів – 1 раз на місяць³.

Таблиця 3

**Динаміка роздрібного товарообороту алкогольних напоїв
в Україні в 2008–2011 рр. ***

Група алкогольних напоїв	Роздрібний товарооборот у фактичних цінах, млн грн				Середньо- річний темп зрос- тання товаро- обороту, %	Роз- дрібний товаро- оборот 2010 р. у цінах 2011 р., млн грн	Абсолютне відхилення товарообороту 2011 / 2010 у порівняних цінах, млн грн
	2008	2009	2010	2011			
Горілка та вироби лікеро-горілчані	6673	7156	8173	10060	114.66	9702	358
Коньяк	1881	1984	2319	2868	115.10	2474	394
Вина ігристі ("Шампанське")	1148	1277	1391	1634	112.49	1533	101
Інші вина	2830	3232	3453	3909	111.37	3863	46
Напої слабоалкогольні	810	822	897	1068	109.66	1025	43
Пиво	3858	4172	4861	5783	114.45	5347	436
Разом	17200	18643	21093	25322	113.76	23926	1396

Примітка. * Розраховано за даними Державної служби статистики України [12, с. 38; 13, с. 4–5].

³ Випадкова вибірка з 357 мешканців м. Києва, середньомісячні доходи яких не перевищують 7 тис. грн 35 % респондентів – молодь у віці від 18 до 29 років; 45 % – доросле населення у віці від 30 до 55 років; 20 % – населення у віці від 56 років і більше.

Станом на початок 2011 р. в сегменті горілки лідером продажів як у фізичному, так і грошовому обсягах в Україні був міжнародний бренд *Nemiroff*, частки якого відповідно дорівнювали 17.5 та 18.2 %. Серед лідерів варто також виділити ТМ "Хлібний дар", "Хортиця", *Medoff*.

Перші позиції за фізичними продажами в ринковому сегменті коньяку (бренді) в 2011 р. займали ТМ "Таврія" та "Георгіївський" (разом 19.7 %) і "Шабо" (11.7 %). За результатами опитування киян, найбільшим попитом у ціновому діапазоні 50–80 грн користувалися коньяки (бренді) ТМ "Шабо", "Таврія", "ОКЗ"; у категорії 100–150 грн майже 78 % продажів припадало на коньяки (бренді) ТМ *Alexx*, яку переважна кількість споживачів вважає прикладом найкращого співвідношення ціни та якості.

За рівнем знаності у споживачів і фізичними обсягами продажів брендами № 1 серед виноградних вин у 2011 р. були ТМ "Коблево" та "Інкерман". Користувалась значним попитом також продукція ТМ "Золота амфора" і "Массандра". Найбільша частка фізичних продажів припадала на сегмент вин у ціновому діапазоні від 20-ти до 50 грн. Найкраще в Україні розвивався сегмент ігристих вин, продажі яких протягом 2008–2011 рр. мали стійку тенденцію до зростання (див. *табл. 3*).

Проводячи аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку алкогольних напоїв в Україні, варто зробити прогнози й щодо його стратегічних перспектив. У зв'язку з цим доцільно визначити основні чинники, які спричиняють зміни на ринку, а саме:

нормативно-правові – *недосконале державне регулювання; прийняття змін у законах про рекламу та оборот спирту* (в Україні реклама алкогольних напоїв поки ще дозволена у спеціалізованій пресі, а в Росії – вагомому зовнішньому ринку збуту української продукції з липня 2012 р.⁴ введена повна заборона на її рекламу в друкованій періодиці та Інтернеті); *криміналізація та перерозподіл ринку міцних алкогольних напоїв на користь нелегальної та фальсифікованої продукції* (за оцінками експертів [14], до 2014 р. частка сурогатів становитиме 55–60 % проти сьогоднішніх 30–35 %);

економічні – *зміни в оподаткуванні та підвищення рівня мінімальних цін* на алкогольні напої (вважаємо, що підняття акцизу та перегляд рівня мінімальних цін будуть і надалі спричиняти в Україні зростання роздрібних цін на алкогольні напої та, як наслідок, призведуть до скорочення продажів легально вироблених напоїв і відповідно надходжень до бюджету. За інформацією Мінфіну з посиланням на Інститут економіки та прогнозування [15] умовні втрати акцизного податку в країні тільки від продажу нелегальної горілки за 2011 р. оцінено в 1.8 млрд грн, тоді як, згідно з Законом "Про державний

⁴ Згідно з поправками до статті 21 Федерального закону Російської Федерації "О рекламе".

бюджет України на 2011 рік" [16], акцизи на вироблену в Україні продукцію становили 10.13 % (або 30.8 млрд грн) доходної частини бюджету, а акциз з імпортованих товарів – ще 1.93 % (або 5.9 млрд грн); *зменшення частки грошових витрат на алкогольні напої в українських домогосподарствах* (у 2009 р. вони становили 1.9 % загального обсягу споживчих витрат, у 2010 р. – 1.8 %, у 2011 р. – 1.7 % [17, с. 52], що впливає на підвищення інтенсивності конкуренції між вітчизняними виробниками алкогольних напоїв). Дестабілізувати роботу підприємств-виробників алкогольних напоїв можуть і рейдерські атаки, внаслідок яких *блокуються фінансові потоки*, що тягне за собою затримку зарплати та ін.;

технологічні – *внутрішнє ресурсозабезпечення виробництва* (скорочення площ виноградників, яке відбулося у 80-х роках ХХ ст., та зниження обсягів врожаю спонукало державу прийняти Закон "Про збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства", впровадженням якого сільгоспвиробниками закладено майже 46 тис. га нових плодово-ягідних насаджень і 44.6 тис. га виноградників. Унаслідок цього валове виробництво плодів і ягід у 2009–2011 рр. зросло на 33, а виноградників – на 12 %, порівняно з 2000–2003 рр. У 2012 р. на розвиток виноградарства та садівництва держава виділила 915 млн грн [18]).

Підводячи підсумки проведеного дослідження, констатуємо, що сьогодні на вітчизняному ринку алкогольних напоїв проявляються ознаки стагнації, спричинені зростанням тінізації виробництва, збільшенням імпорту на фоні зменшення експорту продукції, негативним впливом загальноекономічної кризи на формування споживчого попиту тощо. На розвиток цього ринку у стратегічній перспективі сильно впливатимуть як економічні, так і нормативно-правові та технологічні чинники. Зважаючи, що сфера виробництва алкогольних напоїв є для України важливою з точки зору формування бюджетних доходів, варто постійно відстежувати характер впливу зазначених чинників і розробляти заходи щодо мінімізації втрат та максимізації прибутків. Отримані дані можуть використовуватися у подальших дослідженнях з метою більш глибокого вивчення окремих сегментів ринку алкогольних напоїв і розробки прогнозів щодо їх розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Матчина И. Г.* Углубление интеграции в секторе виноградарства и виноделия // И. Г. Матчина, А. М. Авидзба, В. А. Загоруйко // Виноградарство и виноделие. — 2007. — № 3. — С. 2—4.
2. *Гаркуша О. М.* Щодо стратегії формування ринку і ефективної реалізації виноробної продукції / О. М. Гаркуша : зб. наук. пр. — Миколаїв : Вид-во МФ НаУКМА, 2001. — Т. 9. — С. 70—72.
3. *Філановський О.* Ринок горілки – далі нема куди / О. Філановський // Алкоголь і тютюн. — 2006. — № 2. — С. 18—24.

4. Чабаненко В. Ринок алкоголю – на чисту воду // В. Чабаненко / Вісн. Податкової служби України. — 2006. — № 26. — С. 12—14.
5. Загоруйко В. О. Місце вин України на європейському ринку / В. О. Загоруйко // Вісн. аграрної науки. — 2004. — № 12. — С. 53—55.
6. Промисловість України у 2007–2010 роках : стат. зб. — К. : Державна служба статистики України, 2011. — 307 с.
7. Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень – грудень 2011 року : стат. бюл. — К. : Державна служба статистики України, 2012. — 136 с.
8. З'явилися передумови для зростання тіньового ринку алкоголю. — Режим доступу : <http://a7d.com.ua/novini/6206-zyavilisya-peredumovidlya-zrostannya-tnovogo-rinku-alkogolyu-eksperti.html>.
9. Про внесення змін у додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 30 жовт. 2008 р. № 957: Постанова Кабінету міністрів України від 3 серп. 2011 р. № 819. — Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/819-2011-%D0%BF>.
10. Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу у 2008–2011 рр. : електронна таблиця "Готові харчові продукти". — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
11. Отношение украинцев к алкогольным напиткам. — Режим доступа : <http://www.rb.com.ua>.
12. Роздрібна торгівля України у 2000–2010 роках : стат. зб. — К. : Державна служба статистики України, 2011. — 191 с.
13. Індекси фізичного обсягу роздрібногo товарообороту підприємств за товарними групами за 2011 рік. — К. : Державна служба статистики України, 2012. — 25 с.
14. Попель С. Мировой кризис алкоголя начался с водки / С. Попель / Комментарии: общественно-политический и деловой еженедельник. — 2012. — 8 июня (№ 313). — Режим доступа : <http://gazeta.comments.ua/?art=1339058249>.
15. За 2011 год каждый украинец выпил почти 8 литров водки. — Режим доступа : <http://ubr.ua/market/industrial/a-2011-god-kajdyi-ukrainec-vupil-rochti-8-litrov-vodki-119185>.
16. Про Державний бюджет України на 2011 рік : Закон України (у редакції від 29.11.2011). — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2857-17/page>.
17. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2011 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України) : стат. зб. — Ч. І. — К. : Державна служба статистики України, 2012. — 368 с.
18. Государство выделило 915 млн грн на развитие виноградарства и садоводства. — Режим доступа : <http://akcyz.com.ua/news/wine/24768.html>.

Стаття надійшла до редакції 18.09.2012.

Пятницкая Г., Ракиа Н., Григоренко О. Развитие рынка алкогольных напитков в Украине. Проведен анализ отечественного рынка алкогольных напитков. Определены современные тенденции и основные факторы влияния на его развитие. Установлены лидеры продаж в разных сегментах рынка.

Ключевые слова: рынок, алкогольные напитки, водка, вино, коньяк, развитие, производство, товарооборот, торговля, ресторанное хозяйство, экспорт, импорт, акциз, цена, лидеры продаж.

Piatnytska G., Raksha N., Grygorenko O. Development of the alcoholic beverages market in Ukraine. Market of alcoholic beverages as one of the segments of commodity market food industry plays an important role in the development of the national economy. Having high enough capacity and consistently high demand for products, the sphere of production of alcohol beverages is an attractive object for investment. Activity of enterprises producers, although there is keen competition is highly profitable.

According to data analysis of the market of alcoholic beverages in Ukraine, is defined, that during 2008–2010 years annual volumes of legal production of these drinks in general tended to increase, but in 2011 signs of stagnation were recorded, which is particularly evident in the segments of vodka and wine. Shadow alcohol market in early April 2012 was over 40 % and had the prerequisites for further growth (particularly because of the Cabinet of Ministry of Ukraine plans to raise the minimum price for vodka and other alcoholic beverages). Import of alcoholic beverages in Ukraine after the fall of its turnover in 2009 compared to 2008 (both in physical and monetary units) over the next two years increased. The main suppliers of vodka in Ukraine in 2011 were Russia and Lithuania, liqueurs, sweet liqueurs and alcoholic tinctures – Czech Republic, Ireland, Germany, wine – Moldova, Georgia, France, Chile. In 2011 compared with 2010, export of Ukrainian vodka decreased by more than 18 %, of wine (excluding sparkling), including fortified wines – in 1.9 times, sparkling wine and beer – by 12.5 and 12.3 %, respectively. Russia is the main external market for export of Ukrainian alcoholic beverages.

The features of different drinks consumption in Ukraine have been defined: population consumes vodka and beer most of all, and least – whiskey, gin, rum, liqueurs; dry sparkling (Champagne) and fortified wines, cognac and brandy are popular; residents of Central Ukraine and cities millionaires spend much more on alcohol than residents of Western Ukraine and other types of settlements, the great number of Ukrainian consumers increasingly prefer cheap alcohol groups, while sales of medium and premium price segments where profitability is higher tend to decrease, and so on. It has been established that during the years 2008–2011 retail turnovers of alcoholic beverages in retail chains and restaurants of Ukraine economy tended to increase both in actual and comparable prices. As of early 2011, vodka segment sales leader in both physical and monetary amounts in Ukraine was an international brand Nemiroff. However, the first position in physical sales in the market segment of cognac (brandy) was occupied by TM Tavriya and Georgievskiy (together 19.7 %) and Shabo (11.7 %), number 1 brand among wines were TM Koblevo and Inkerman.

The main factors that cause changes in the market of alcoholic beverages in Ukraine, namely are: 1) legal (including not perfect government regulation, accepting changes in the laws of alcohol advertising and circulation of alcohol in Russia – significant outside market for Ukrainian alcohol, criminalization and redistribution of market of alcoholic beverages in favor of illegal and counterfeit products – it is expected that by 2014 the proportion of surrogates in the country will be 55–60 % against 30–35 % nowadays), 2) economic (including changes in taxation and increased minimum prices on alcoholic beverages will lead to a reduction in sales of legally produced drinks and therefore comes to reduction of incoming to budget, reducing the share of cash expenditures on alcoholic beverages in Ukrainian households – from 1.9 % in 2009 to 1.7 % in 2011), and 3) technology (especially associated with internal resourcing production). It was concluded that since the sphere of production of alcohol is important for Ukraine in terms of the formation of budget revenues, it's necessary to monitor

constantly the impact of these factors and develop measures to minimize losses and maximize profits from the development of domestic market alcohol.

Key words: market, spirits, vodka, wine, brandy, development, production, trade turnover, trade, restaurants trade, export, import, excise duty, price, sales leaders.