

ОЦІНЮВАННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ПИВА

Студ. Дідук В.А.
 Наук. керівник доц. Попко О.В.
 Національний університет водного господарства
 та природокористування, м. Рівне

На думку експертів, зростання вітчизняного ринку пива у 2014 р., у порівнянні з 2013 р., не перевищить 5% у натуральному вираженні та 10% - у вартісному. У цілому впродовж останніх років спостерігається тенденція до зниження обсягів реалізації, що зумовлено погіршенням загальної економічної ситуації в країні та, зокрема, зниження платоспроможного попиту населення (рис.1). У 2013 р. одним із найбільш ефективних інструментів залучення покупців була ціна продукції. При цьому окремі пивовари підняли ціни на свою продукцію у середньому на 10-12%, інші спробували запобігти підвищенню, згладжуючи наслідки подорожчання сировини за рахунок власних коштів. Хоча, слід відзначити той факт, що ціни на сировину та інші складові для виробництва пива дедалі зростають. Зростає і ставка акцизного збору. Так, з 1 травня 2014 р. акциз на пиво зріс на 42,5% - до 1,24 грн./л, що відповідно позначиться на подорожчанні продукції.

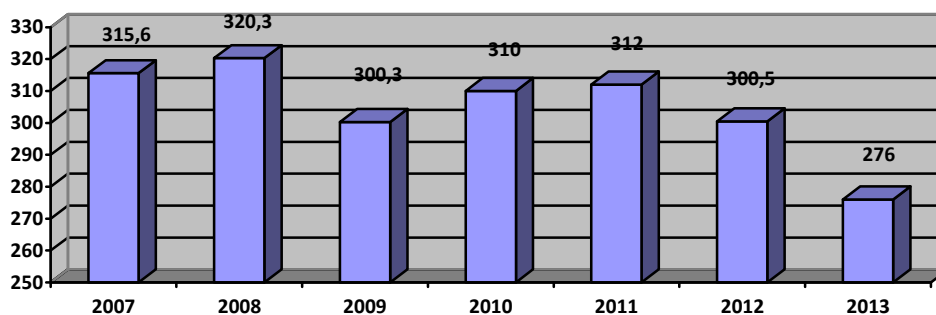


Рис. 1. Динаміка обсягів виробництва пива в Україні, млн. дал.

Слід відзначити, що пивоварну промисловість України представлено як вітчизняними компаніями, зокрема ПАТ "Оболонь" (28,4%), "Перша приватна броварня" (5,3%), так і іноземними, зокрема ПАТ "САН ІнБев Україна" (27%), Carlsberg Ukraine (25,9%), Efes Ukraine (8,5%). Незважаючи на різницю в цінах різних товаровиробників, частка продажу іноземних брендів пива зростає. При цьому у компаній, які орієнтувалися на середньоціновий сегмент ("Перша приватна броварня", «Оболонь»), ринкова частка дедалі скорочується.

Разом з тим спостерігається негативна тенденція до скорочення експорту продукції. Падіння експорту зумовлено, перш за все, суттєвим скороченням поставок пива до Росії ринок якої складав майже 69% від загального обсягу реалізації цієї продукції.

Отже, з огляду на окреслені нами тенденції розвитку пивоварної промисловості та суттєву залежність цієї промисловості від зовнішніх чинників, вітчизняним пивоварам сьогодні доцільно зосередитись на запровадженні інноваційних підходів у виробництві, а також на застосовуванні сучасних маркетингово-логістичних підходів, зокрема ребрендингу, часткової переорієнтації споживачів на акційні пропозиції, удосконаленні системи складування та збуту тощо.

Література:

1. Україна-011. – Статистичний збірник / [за ред.О.Е.Остапчука]. К. – Держстат України, 2013, - 240 с.