

К.е.н., доцент Красовська О.Ю., Данилова О.О.

Університет імені Альфреда Нобеля, Україна

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО МАКРОСЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ ПИВНИХ НАПОЇВ

На ринку України кілька десятків малих підприємств, які пропонують різні сорти пива. Внаслідок глобалізації економіки, в Україну прийшли такі відомі світові пивні бренди – датський Carlsbeg та американський SUN InBev. Ці дві компанії спільно контролюють понад 45% вітчизняного виробництва пивних напоїв. Вітчизняне пивоварне виробництво своїм розвитком завдячує в основному великим та середнім підприємствам. Натомість невеликі пивоварні поступово зникають з «пивної» карти України. Їх частка на ринку становить близько 6 %. Ситуація, що склалася, вказує на те, що пивний ринок поступово наближається до повного насичення.

Найважливішою проблемою на сучасному ринку пива є вартість та доступність сировини. Більшість українських пивоварень та всі іноземні пивні компанії в Україні імпортують ячмінь та хміль з-за кордону, адже українські аналоги не відповідають міжнародним стандартам якості. Потреба пивної галузі в продукті переробки ячменю – солоді складає 260 тис. т в рік, а за прогнозного збільшення виробництва пива – до 350 млн. дол. вона збільшиться відповідно до 600 тис. т. При цьому біля 15-20% вітчизняного солоду – низькоякісна сировина, яку можна використовувати лише для виробництва темних сортів пива. Дефіцит хмільсировини і ячменю доводиться покривати за рахунок імпорту, а це, звичайно, відбивається на рентабельності виробництва і відпускній ціні. Наслідком цього є не лише великі витрати на сировину, а й труднощі з її доставкою.

На сьогоднішній день на ринку пива України панує олігополія. Основними представниками ринку є: ПАТ «САН ІнБев Україна», ПАТ «Карлсберг Україна» та ПАТ «Оболонь». Значною часткою ринку пива

володіють також ПрАТ «Ефес Україна» та ТзОВ «Перша Приватна Броварня». Вже декілька років поспіль лідерські позиції втримує ПАТ «САН ІнБев Україна», яке представлене в Україні такими відомими вітчизняними та імпорнтними торговими марками, як «Чернігівське», «Chezz», «Рогань», «Staropramen» та «Bud». Частки ринку лідерів порівняно з минулими роками не значно збільшились.

ПАТ «Оболонь» є єдиною великою пивоварнею, що забезпечує себе солодом власного виробництва. З 2011 року на повну потужність запрацював найсучасніший солодовий завод Європи вартістю 500 млн грн., що розташований у смт Чемерівці Хмельницької області. Цей промисловий гігант є не лише гордістю оболонців, але і важливим фактором економічного розвитку цілого регіону на Поділлі, адже він працює на сировині місцевих фермерів.

Завдяки тому, що пивзавод має власну солодовню, яка виготовляє різні види солоду, є можливість випускати як світлі, так і темні сорти пива.

Наступною проблемою є висока монополізація галузі, яка породжує високі бар'єри входу на ринок пива нових компаній. Конкуренти - це фірми, які змагаються з виробником за отримання переваги у покупців при продажі своєї продукції на ринку однотипних товарів. У багатьох випадках саме конкуренти визначають, яку продукцію і за якою ціною може продати ця фірма. Дії конкурентів безпосередньо впливають на ринкову поведінку і можливості виживання фірми в умовах конкурентної боротьби, шляхи і способи зміни нею свого потенціалу. Пороги входу на ринок пива є високими, тому реальних учасників ринку не багато, але кількість малих гравців постійно зростає завдяки появі на ринку невеликих суб'єктів господарювання, що займаються виробництвом, наприклад живого пива. Так, у 2015 р. 86% ринку пива України займали три найбільші пивні компанії: ПАТ «САН ІнБев Україна», ПАТ «Карлсберг Україна» та ВАТ «Оболонь».

Загальновідомим індексом Герфіндаля-Гіршмана, який визначається, як сума квадратів часток ринку компаній, можна визначити ступінь концентрації ринку. Цей індекс захищає від монополізації при злитті компаній. Для трьох

компаній-лідерів на ринку пива він становить 2494,5. Оскільки згідно критеріїв цей індекс є більшим за 1800, то це свідчить про високу монополізацію ринку пива України та відповідну загрозу у випадку злиття компаній. Основними ризиками для нових учасників ринку є налагоджена система постачання та збуту старих учасників, впізнаваність їхніх брендів, економія за рахунок масштабу.

Політичним фактором, який впливає на діяльність суб'єктів ринку є нестабільність уряду. Зміна керуючої політичної сили призводить до перебудови в усіх державних структурах, органах місцевого самоврядування, в податковій та фінансовій системах, тобто відбувається повна зміна політичного середовища функціонування підприємств.

Іншим важливим фактором для підприємств галузі є членство України в Світовій організації торгівлі (СОТ) з 2009 року, що вимагає від підприємств дотримання міжнародних стандартів і застосування нових методів залучення та утримання клієнтів. Вхід до СОТ надає для держави певні переваги, проте зростає конкуренція для вітчизняних товарів та послуг. Зокрема, для залучення та утримання клієнтів недостатньо використовувати новітні технології виробництва пива, обов'язковим елементом стає розвиток маркетингу, створення систем лояльності, налагодження бізнес-процесів у компанії, міжнародна сертифікація.

Проблемою вітчизняного ринку пива є і відсутність імпорتنих обмежень на фоні відчутності мовних бар'єрів із сусідськими державами. Внаслідок цього ринок заповнений імпортними ТМ пива з Росії та Білорусії. Іноземним підприємствам також вигідно відкривати філіали на території України та створювати власні розповсюджувальні мережі, що значно підвищує конкуренцію в галузі та знижує попит на вітчизняну продукцію.

Іншим економічним фактором, що впливає на розвиток ринку є обсяг інвестицій у галузь, який, за даними Держкомстату, в попередні роки складав лише 0,2 % від загального об'єму інвестицій в економіку країни, що становить близько 3 млн. доларів. Такі низькі показники пояснюються нестабільністю

політичної та правової ситуації в країні, і як наслідок - неможливість підприємств гарантувати прибутковість інвестиційного проекту та стабільний дохід на інвестиції.

З кожним роком вітчизняні компанії намагаються залучити якомога більше імпорتنих брендів. Це призводить до зменшення продажів вітчизняних марок пива. Люди купують світові бренди, адже це більш популярно та відносно недорого.

Імпорт на ринку пива в 2015 р. збільшився на 40 % порівняно з 2014 роком, в той час, як експорт – лише на 13,3%. Це негативно впливає й на торговельний баланс України. Сучасна українська культура за своєю історичною долею стоїть дещо перед іншими проблемами, ніж культури багатьох європейських країн, зокрема нагальною є проблема формування дійсно національної ідеї, яку б у рівній мірі сприймало населення усіх регіонів нашої держави. Тому, на нашу думку українським підприємствам необхідно впроваджувати «національні мотиви» у свою продукцію.

Аналіз макросередовища показав, що найбільший вплив на діяльність компанії мають політико-правові фактори (найбільш вагомі: збільшення ставки акцизного збору, підвищення податкового тиску) та економічні фактори (найбільш вагомі: збільшення ціни на сировину та матеріали, наявність нестабільної ситуації на ринку сировини, зниження рівня доходів населення, зниження попиту у зв'язку з поглибленням економічної кризи).