

УДК 330.3+339.942

Ганський В.О., кандидат економічних наук, доцент

Полоцький державний університет, м. Новополоцьк (Білорусь)

Скриль В.В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, Полтава, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

На європейському ринку, в якому функціонують підприємства, характерною є нестабільність макро- та мікроекономічних чинників, у зв'язку з чим особливої уваги набуває формування конкурентних переваг діяльності одних підприємств порівняно з іншими. Україна не є винятком і тому українські підприємства змушені адаптуватися до швидких та глибинних зовнішніх і внутрішніх змін, які характеризуються динамічністю, зниженням платоспроможності населення, загостренням конкурентної боротьби, тяжким фінансовим станом. Підприємства потребують пошуку засобів виживання та забезпечення їхнього ефективного функціонування, вихід на європейські ринки збуту.

Розвиток будь-якої галузі потребує наявності конкуренції. В останні роки європейський ринок пива характеризується стрімким розвитком, а тому і високою конкурентоспроможністю. Тому щоб мати стійку конкурентоспроможність українські виробники повинні випускати якісне пиво, яке відповідатиме вимогам європейських стандартів і показникам безпеки [1].

В структурі обсягів реалізації продукції харчової промисловості питома вага пива та безалкогольних напоїв складає більше 20%. В останні роки спостерігається падіння виробництва пива на 1,5-3 % щорічно. Слід зазначити, що у галузь було залучено достатню кількість іноземних інвестицій, здійснено модернізацію устаткування, удосконалено маркетингову політику. Але, обсяги реалізованого пива в Україні поступово зменшується. Такі негативні зміни спричинені, перш за все за рахунок формування наступних тенденцій: разом із погіршенням добробуту населення знижуються обсяги споживання пива; відбувається поляризація споживчих переваг: скорочується споживання пива середньо цінового сегмента, в той час як в преміальному і економ-сегменті спостерігається зростання продажів; зберігається жорстка конкуренція з виробниками сильного алкоголю (як на рівні лобювання своїх інтересів на законодавчому рівні, так і в інформаційному просторі); протягом останніх 10-и років поступово змінилася 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%); стабільним залишається ринок безалкогольного пива. В останні роки обсяг його виробництва істотно не змінюється і в середньому становить 5 млн дал. на рік.

Забезпечення прибутковості та конкурентоспроможності пивоварної галузі залежить в основному від наявності якісної сировини, каналів збуту та платоспроможного населення. Саме зниженням попиту на даний вид продукції спонукає виробників продукції до пошуку нових споживачів за межами України, а отже допоможе виробникам пива наростити обсяги виробництва та збуту, а відтак – отримати більший прибуток.

Дослідження ринку пива в ЄС показало, що на його просторах функціонують такі найбільші компанії-виробники:

1. «Живець» (Польща) – 87283 млн. дал;
2. «Oettinger» (Німеччина) – 80730,7 млн. дал;
3. «Krombacher» (Німеччина) – 104756,5 млн. дал;
4. «Browar Janáček» (Чехія) – 16357,1 млн. дал. [2].

Разом ці підприємства виробляють 289127,3 млн. дал, що складає 94,8 % річного обсягу європейського ринку. Інші невеликі підприємства складають 5,2 % (15872,7 млн. дал) ринку європейської пивоварної галузі.

Тому в аспекті Полтавського регіону та міста Полтава перспективним є просування на європейський ринок продукції харчової промисловості, зокрема основного підприємства броварної галузі Полтавського регіону ПАТ «Фірма «Полтавпиво», обсяг виробництва експорту якого у 2016 році вже склав 1092,2 тис. дал пива. Основним ринком збуту ПАТ «Фірма «Полтавпиво» на сьогодні – це вся територія України. Пріоритетними областями, де помітна висока реалізація продукції є Полтавська, Київська, Дніпропетровська, Харківська, Луганська, Донецька, Одеська, Кіровоградська і Черкаська (рис. 1).

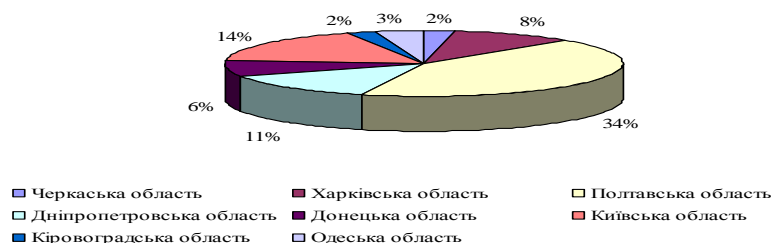


Рис. 1 - Український ринок збуту ПАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2016 р.

Щодо експортних можливостей ПАТ «Фірма «Полтавпиво», то вони оцінюються як високі, виходячи із відгуків споживачів різних країн (рис.2).

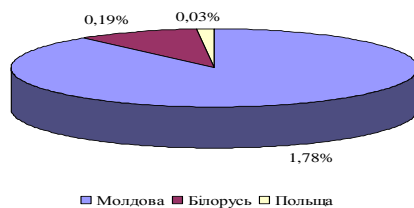


Рис.2 - Європейський ринок збуту ПАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2016 р. [3]

Головними конкурентами підприємства, продукція яких представлена на європейському ринку є: «Живець» (Польща), «Тиське» (Польща), «Oettinger» (Німеччина), «Krombacher» (Німеччина), «Browar Janáček» (Чехія). ПАТ «Фірма «Полтавпиво» займає п'яте місце серед перелічених європейських конкурентів. До найбільш важливих конкурентних переваг підприємства можна віднести якість продукції, термін реалізації та кількість торгових марок. Слабкими сторонами даного підприємства є невелика потужність заводу, мала частка ринку, а також дещо завищена середня ціна на продукцію. Щоб втриматися на ринку і підвищити рівень конкурентоспроможності, підприємству необхідно покращити ці показники.

Список використаних джерел:

1. Дергачова В. В. Формування конкурентних переваг підприємств в умовах різновекторної інтеграційної спрямованості / В. В. Дергачова, Т. В. Трихліб // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". - 2013. - № 10. - С. 81-86. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2013_10_15.
2. Левківський В. М. Теоретичні засади формування та розвитку міжнародної економічної інтеграції [Електронний ресурс] / В. М. Левківський, В. Г. Антоненко // Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. Серія 1 : Економіка. - 2012. - Вип. 2. - С. 120-124. - Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN>.
3. Липин А. С. Оценка интеграционных процессов в Едином экономическом пространстве на примере торговли товарами [Електронний ресурс] / А. С. Липин, О. В. Полякова. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.eurasiancommission.org/ru>.