

УДК 658.8

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2018-6-32>**Колбушкін Ю.П.**доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу  
Національного авіаційного університету**Kolbushkin Yuriy**

National Aviation University

**Радченко Г.А.**кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу  
Національного авіаційного університету**Radchenko Hanna**

National Aviation University

**Томчук А.С.**магістрант  
Національного авіаційного університету**Tomchuk Anastasiia**

National Aviation University

## ОСОБЛИВОСТІ ТА МАРКЕТИНГОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

## FEATURES AND MARKETING TRENDS OF DEVELOPMENT OF UKRAINIAN BEER INDUSTRY

У статті розглянуто основні тенденції розвитку пивоварної галузі в Україні. Визначено основних гравців на ринку, обсяги випуску та величину використання виробничих потужностей підприємств, зайнятих броварством. Досліджено обсяги експортно-імпорتنних операцій у галузі. Проаналізовано рівень цін на пивну продукцію в Україні та інших країнах світу. Визначено роль крафтових пивоварень та представлено прогноз їх розвитку в майбутньому. Встановлено, що в 2017 р. крафт зайняв приблизно 1% ринку в Україні та є майбутнім українського пивного ринку та першим кроком до формування культури споживання напою. Проаналізовано особливості законодавчого регулювання, а саме обмеження влади щодо рекламної діяльності пивзаводів, запровадження вимог до ребрендування продукції, введення нових правил ліцензування та появу пільг на ліцензію, а також обмеження на рівні міськрад, що стосуються заборони продажу алкоголю в установлений час доби.

**Ключові слова:** пивоварна галузь, ринок пива, крафт, реклама, законодавче регулювання.

В статье рассмотрены основные тенденции развития пивоваренной отрасли в Украине. Определены основные игроки на рынке, объемы выпуска и величина использования производственных мощностей предприятий занятых пивоварением. Исследованы объемы экспортно-импортных операций по отрасли. Проанализирован уровень цен на пивную продукцию в Украине и других странах мира. Определена роль крафтовых пивоварен и представлен прогноз их развития в будущем. Установлено, что в 2017 г. крафт занял примерно 1% рынка в Украине и является будущим украинского пивного рынка и первым шагом к формированию культуры потребления напитка. Проанализированы особенности законодательного регулирования, а именно ограничения власти по рекламной деятельности пивзаводов, внедрение требований по ребрендингу продукции, введение новых правил лицензирования и появление льгот на лицензию, а также ограничения на уровне горсоветов, касающиеся запрета продажи алкоголя в установленное время суток.

**Ключевые слова:** пивоваренная отрасль, рынок пива, крафт, реклама, законодательное регулирование.

The beer market analysis is important for the production enterprise management, as the results can be used to ensure production high efficiency, marketing policy, management, both in the implementation of new projects, and to improve existing business processes. Legislative innovations have a significant impact on the breeding development. In recent years, we have seen an active public policy aimed at limiting the beer producers advertising activities, the new licensing rules application, certification, and the excise rates regular change. The article considers the main trends of the beer market in Ukraine. The basic players in the market, production volumes and production capacities use size of the enterprises engaged in brewing are determined. The volume of export-import operations by industry is investigated. The role of kraft breweries has been determined and the forecast of their development in the future is presented. The legislative regulation peculiarities and marketing situation in the brewing sector of Ukraine are analyzed. The main trend of the present day was the craft brewing market development. The main consumers motive is the product's non-price characteristics, its taste properties, which enable to satisfy the new experiences attraction. In 2017, this kind of beer took about 1% of the market in Ukraine. Trend came from the USA, where in 2017, craft beer took a quarter of the production volume.

**Keywords:** brewing industry, beer market, kraft, advertising, legislative regulation.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах пивоварна галузь характеризується дуже динамічним характером розвитку, жорсткою конкуренцією та має істотний вплив на стан національного господарства. Разом із тим цей сектор економіки об'єднує у собі дуже багато суміжних галузей, успіх або неуспіх яких у тому числі залежить від стабільної роботи пивоварів. Окрім того, важливим чинником є привабливість пивоварних підприємств для іноземних та вітчизняних інвесторів.

Сукупність цих чинників зумовлює необхідність здійснення моніторингу проблем, тенденцій та анонсів подій броварної промисловості. Аналіз ситуації на ринку є першим кроком у процесі визначення маркетингової стратегії будь-якого підприємства, формування конкурентної переваги бренду та дає змогу стрімко реагувати на виклики зовнішнього оточення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Стан пивоварної галузі в Україні та світі досліджували такі вчені, як: В.П. Агафонов, Н.В. Оболенський [7], Л.А. Бичікова [8], І.В. Тюха [9], М. Катран [10], О.О. Зиза, Н.М. Овсієнко [11].

Так, В.П. Агафонов та Н.В. Оболенський у своїх працях визначили переваги споживачів на регіональних ринках пива, механізми державного регулювання пивоварної галузі, регіональні аспекти розвитку малих і середніх пивоварних підприємств, стратегії виживання малого і середнього бізнесу. Автори стверджують, що вагомою причиною плачевного стану справ для регіональних малих і середніх пивоварних підприємств є відсутність у них будь-яких ринкових стратегій і продуманої маркетингової і збутової політики. Керівництво таких пивзаводів часто вважає, що їхня головна мета – виробництво якісного продукту, тоді як маркетинг і просування сприймаються як другорядні, а часом і непотрібні напрями діяльності. У ситуації агресивної маркетингової стратегії великих пивоварних концернів плоди

такого ставлення до маркетингу з боку середніх і малих пивзаводів очевидні: в інформаційному просторі, бізнес-середовищі вони практично не помітні, їх не знають, про них забувають.

Л.А. Бичікова, І.В. Тюха, М. Катран у своїх працях здійснюють оцінку сучасного стану та динаміки пивоварної промисловості України, визначають основних лідерів у виробництві пива, а також проблеми й особливості розвитку вітчизняних пивоварних підприємств. Окрім того, науковці одноставно з В.П. Агафоновим та Н.В. Оболенським приходять до висновку, що пивоварам необхідно впроваджувати компетентну маркетингову політику, адже стан сучасної економіки, поступове насичення вітчизняного ринку пива, різноманітність сортів пива і торгових марок вимагають посилення комунікаційної діяльності.

О.О. Зиза та Н.М. Овсієнко розглядають проблеми державного регулювання пивної галузі економіки України та проводять паралелі щодо регулювання вітчизняного ринку пива та в країнах ЄС. Особлива увага приділена ліцензуванню діяльності на цьому ринку та рекламі продукції. Останню розглянуто з погляду впливу на інформаційну безпеку споживача. Автори припускають, що обсяги виробництва пива в подальшому, ймовірно, залежатимуть від податкових ставок: подальше значне збільшення акцизу може стати причиною нового зниження обсягів виробництва. А що стосується інформаційної безпеки споживачів пива, то вона знаходиться під загрозою, і ці тенденції будуть продовжуватися.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою дослідження є аналіз стану та тенденцій розвитку ринку пивоваріння в Україні, виявлення основних проблем його функціонування, а також пріоритетних напрямів розвитку підприємств цієї галузі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Пивна індустрія є важливим складником про-

мислового комплексу України. Одне робоче місце в індустрії створює до 10 місць у суміжних галузях: виробництві солоду, пивоварного ячменю. До скарбниці держави надходять податки в розмірі 15 млрд. грн., із них 4,5 млрд. становить акциз (дані за 2017 р.). Пиво є досить рентабельним та популярним продуктом, тому вкладання коштів у його виробництво передбачає досить вигідні фінансові перспективи.

Аналіз ситуації на ринку пивоварної галузі України показав, що сьогодні кількість підприємств, зайнятих броварством, становить 125 од., при цьому співвідношення виробничої потужності та кількості пивоварень на теренах України має таке відображення:

- 1 пивоварня – понад 1 млрд. л;
- 5 пивоварень – до 1 млрд. л;
- 6 пивоварень – до 200 млн. л;
- 15 пивоварень – до 20 млн. л;
- 98 пивоварень – до 600 тис. л.

Особливістю українського пивного ринку є його кон'юнктура, а саме те, що чотири міжнародні компанії володіють більшою часткою його обсягу. Ключовою подією на українському ринку стало підписання угоди 30 березня 2018 р. бельгійським концерном AB InBev і турецькою компанією Anadolu Efes щодо об'єднання своїх філій у Росії та Україні [1]. Таким чином, лідерами нині виступають: AB InBev Efes, Carlsberg Ukraine, «Оболонь», «Перша приватна броварня».

Аналітики компанії Pro-Consulting стверджують, що більшість продукції на українському ринку представлена зарубіжними компаніями, чие виробництво знаходиться в Україні. Імпортне пиво займає 1–2% ринку, при цьому воно позиціонується як категорія преміум. Хоча споживачі все більше купують саме імпортне пиво, при цьому пиво в низькому ціновому сегменті та пиво середнього цінового діапазону займають по 40% і 30% ринку відповідно.

Слід відзначити, що обсяг виробництва пива в Україні за останні два роки має тенденцію до збільшення, про що свідчить проведена експертна оцінка ПрАТ «Укрпиво». Так, за 10 місяців 2018 р. обсяг виробництва становив 156,8 млн. дол., або 102,3% до аналогічного періоду 2017 р. А виробництво солоду в тому ж році – 288 004 т, що становить 105,8% до аналогічного періоду 2017 р. [2].

Отже, спостерігаємо позитивну динаміку на ринку броварства. Стабілізацію ринку пов'язують із поступовим поліпшенням макроеконо-

мічної ситуації, зростанням індексу споживчої впевненості й акцизною політикою в 2017 р.

Варто згадати, що починаючи з 2012 р. ринок переживав щорічний спад і виробники значно скоротили обсяги виробництва напою (рис. 1). Нині використовується лише 43% потужності пивоварень, відповідно, й кількість працівників, зайнятих у галузі, скоротилася з 13,5 тис. до 10,4 тис. осіб (на 23%).

Бачимо, що виробництво пива скоротилося з 3 млрд. л у 2012 р. до 1,8 млрд. л у 2017 р. На це вплинули:

- втрата заводських потужностей на сході країни і в Криму;
- рішення уряду прирівняти пиво до міцного алкоголю;
- заборона на торгівлю з РФ з 2014 р.;
- падіння доходів населення.

Крім того, законодавчі ініціативи у цей період включали в себе збільшення акцизної ставки, зміну правил ліцензування та реклами (заборона зовнішньої реклами, у ЗМІ, на телебаченні). Акциз зріс в три рази з 2014 р., з 0,78 грн. за літр до 2,78 грн., через це ціни на пиво зросли, що стало ще одним негативним чинником розвитку індустрії.

Проте 8 листопада 2018 р. Верховна Рада України розглянула питання про ставки акцизного податку на алкогольні напої. Результат – у 2019 р. їх міняти не планують. Про це йдеться в законопроекті № 9260 «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо поліпшення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів» [4].

Ціни на пиво істотно відрізняються у всьому світі. Проект Amica-International підготував цікаву графіку, що показує, скільки пива можна купити за \$1 у різних країнах світу (табл. 1).

В основі розрахунків – середні ціни на пиво в барах у різних країнах. Найдешевше – у Парагваї і В'єтнамі, де всього за \$1 можна отримати цілий келих пінного. Найдорожче пиво коштує

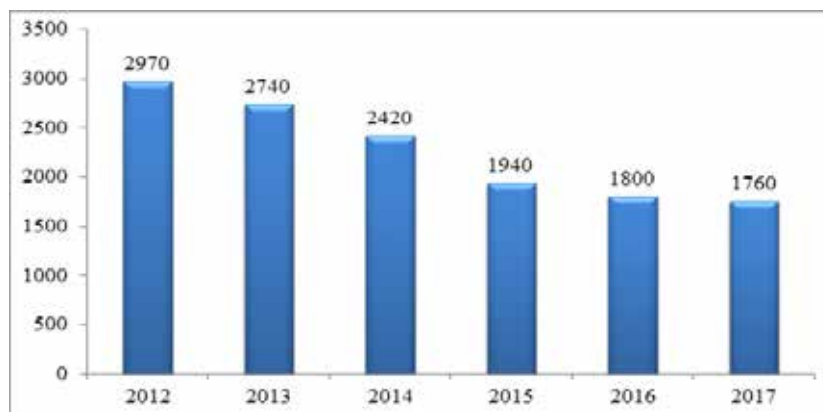


Рис. 1. Обсяги виробництва пива в Україні, 2012–2017 рр.

Таблиця 1  
Об'єм пива, який можна купити за \$1  
у різних країнах світу

Країна	Об'єм пива / 1\$ (мл)
Португалія	568
В'єтнам	568
Ефіопія	556
Україна	526
Нігерія	515

в Ісландії: пінта пива в Рейк'явіку вам обійдеться в середньому в \$12,75. Україна увійшла до п'ятірки лідерів і зайняла четверте місце з 526 мл пива за \$1.

Незважаючи на те що виробництво пива знижується, збільшується його експорт. За даними Державної фіскальної служби, у 2017 р. Україна відправила на експорт більше пива, ніж у 2016 р. – в 1,7 рази, або 31,81 млн. USD у грошовому вираженні. У натуральному ж вираженні експорт збільшився в 1,5 рази, до більше ніж \$11 млн. (порівняно з 2016 р.).

Основні покупці українського пива – Алжир, Білорусь, Молдова. Найбільшу частку експорту займають компанії «Оболонь», Carlsberg Ukraine, «Перша приватна броварня», «САН ІнБев Україна».

Імпортували пиво в 2017 р. переважно Німеччина, Бельгія і Мексика. У цілому в 2016 р. імпорт зріс на 35% (або 2,94 млн. дал), а в грошовому вираженні – на 43,7%, або до 35,82 млн. USD [3].

Наступним трендом українського пивного ринку є зростання частки крафтового пива. Крафт – це продукція маленьких незалежних броварень, які роблять напій за унікальними авторськими рецептами. Досить популярним стає крафтове пиво з незвичайними смаками: шоколаду, суниці, чорниці.

У 2017 р. цей вид пива зайняв приблизно 1% ринку в Україні. Тренд прийшов зі США, де в 2017 р. крафтове пиво зайняло чверть обсягів виробництва.

Ринок крафтового пивоваріння в Україні, за прогнозами експертів, у найближчі сім років досягне свого піку. Основними броварнями, які виробляють крафтове пиво в Україні, є: First Dnipro Brewery (Дніпро) – 25%, VARVAR (Київ) – 17%, «Правда. Beer Theatre. Lviv» (Львів) – 12% [5]. На рис. 2 показана динаміка абсолютних часток ринку крафту, яка відображає абсолютну частку ринку компанії First Dnipro Brewery порівняно з абсолютною часткою ринку та нових компаній, що з'явилися на ринку в 2016 р. [5].

Виходячи із цього, робимо висновок про втрату абсолютної частки ринку трьома лідерами. Частка ринку відходить переважно до нових компаній, які, виводячи свої продукти, ефективніше захоплюють прихильність цільової аудиторії компанії First Dnipro Brewery [4].

Найявний в останні роки тренд відносно крафтового пива має бути майбутнім українського пивного ринку. Якщо звернутися до інформації відносно якості продукту сучасних вітчизняних виробників пива, то, наприклад, бельгійський тріпель «Сила» львівського Театру пива «Правда» отримав бронзову медаль у Німеччині, червоний ель «Червоні очі» – золоту медаль у Бельгії. Також українські пивоварні регулярно отримують нагороди на фестивалі World Beer Idol (причому у цьому році – золоту, срібну і бронзову медалі одночасно). Все це свідчить про те, що українські виробники пива значно підвищили якість своєї продукції за досить короткий проміжок часу й уже мають можливість конкурувати з провідними європейськими виробниками крафту.

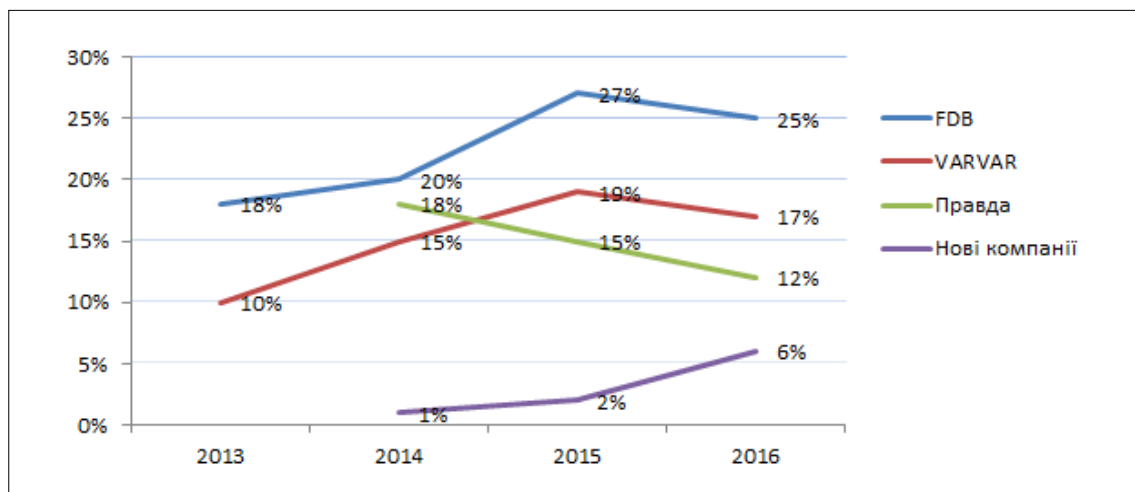


Рис. 2. Динаміка абсолютних часток ринку крафту [5]

Щодо законодавчих трендів, то склалася така ситуація:

1. У 2016 р. пиво законодавчо зрівняли з міцним алкоголем, що завдало серйозного удару індустрії і викликало обурення пивоварів.

2. Законодавчим обмеженням щодо реклами стало те, що на радіо і в Інтернеті реально рекламувати пиво в денний час, а на телебаченні пиво тепер може виступати тільки спонсором передач. І тільки у вечірній час.

3. Вимоги до ребрендування продукції принесли збитки для галузі. Євген Шевченко (глава Carlsberg Україна) оцінює втрати компанії від закону як мінімум у 7,5 млн. грн., оскільки потрібні нові позначки на етикетках (дані про місце виробництва продукції потрібно наносити на лицьовий бік етикетки пива) [1]. Окрім того, новим законодавством заборонено брендування парасольок, холодильників, столиків, келихів і т. д.

4. Пивним виробникам заборонили виступати спонсорами на низці заходів. Найбільш болісно сприймаються спортивні обмеження, оскільки пиво і футбол або бокс давно стали асоціативними поняттями. Компанії були спонсорами трансляцій і використовували в рекламних кампаніях спортивні образи і дух єднання.

5. Міськради вводять обмеження на продаж алкоголю після певного часу. Наприклад, у Києві з 22 вересня 2016 р. набрало чинності рішення про заборону продажу алкоголю, пива та слабоалкогольних напоїв у період із 23:00 до 10:00. Це рішення поширюється на всю роздрібно торгівлю, але не діє для кафе, барів і ресторанів. Депутати Київради наполягають, що це допоможе зробити місто більш дружнім і безпечним. Хтось бачить у забороні лобі представників готельно-ресторанного бізнесу. У будь-якому разі така заборона вплинула на обсяги продажу, які знизилися на кілька відсотків.

6. Законодавчі поправки скасували сертифікацію спиртного, точніше вона стала не обов'язковою. Раніше діяла ст. 10 Закону України «Про держрегулювання виробництва, обороту, реалізації спирту та алкогольної продукції». Тепер роздрібним торговцям не потрібно

сертифікувати алкоголь. Виробників ця зміна не торкнулася.

7. Малий бізнес отримав пільги на ліцензію, завдяки чому почала підніматися галузь крафтового пивоваріння. Ліцензійні збори для виробників знизилися: річна ліцензія дорівнює 500 тис. грн. За ст. 15 Закону 481 дрібні пивовари (випускають до 3 тис. гектолітрів) у 2018 році платять лише 30 тис. грн. Це в 16 разів менше попередніх лімітів.

8. Роздрібні торговці більше не подають звітність за обсягами продажів. Цю політику почали проводити в 2017 р., і період експерименту виявив, що відсутність звітності не призводить до негативних наслідків, так що в 2018 р. ця зміна закріпилася законодавчо. Але виробники, імпортери, оптові торговці, як і раніше, зобов'язані надавати звіти податківцям.

**Висновки з даного дослідження.** У результаті проведеного дослідження можемо зробити висновок, що ринок пива вперше за довгий час зупинив падіння. Проте ще досить рано говорити про стабілізацію галузі та можливість повного використання виробничих потужностей.

Законодавчі нововведення мають суттєвий вплив на розвиток броварства. В останні роки спостерігаємо активну державну політику, спрямовану на обмеження рекламної діяльності виробників пива, застосування нових правил ліцензування, сертифікації, а також регулярну зміну ставки акцизу.

Судячи з усього, поправки в законодавстві, проведені в 2017 р., позитивно вплинуть на пивну індустрію, особливо на малі підприємства. Є ймовірність, що пивовари України зможуть відновитися після попередніх досить важких років.

Головним трендом сучасності став розвиток ринку крафтового пивоваріння. Основний мотив споживачів – це нецінові характеристики товару, його смакові властивості, що дають змогу задовольнити потяг до нових вражень. У 2017 р. цей вид пива зайняв приблизно 1% ринку в Україні. Тренд прийшов зі США, де в 2017 р. крафтове пиво зайняло чверть обсягів виробництва.

#### Список використаних джерел:

1. Веб-сайт ПАТ «Карлсберг Україна». URL: <http://carlsbergukraine.com/>.
2. Сайт ПрАТ «Укрпиво». URL: <http://www.ukrpivo.com>.
3. Полторацкая А. Пивной рынок Украины: итоги 2017 . URL: <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/rivnoy-rynok-ukrainy-itogi-2017.html>.
4. Best Beers, Brewers, New Brewers By Country. URL: <https://www.ratebeer.com/RateBeerBest/BestBrewers-Country2017.asp>.
5. Аналіз ринку крафтового пивоваріння. Дослідження, проведене маркетинговим агентством FEDORIV для «Море пива». 2016.
6. Лучшие рекламные кампании 2016 года: пятерка лидеров / KirUlanov. URL: <http://kirulanov.com/luchshie-reklamnye-kampanii-2016-goda-pyaterka-liderov/>.

7. Оболенский Н.В., Агафонов В.П. Систематизация тенденций формирования конкурентного пространства в пивоваренной отрасли. Научный вестник. 2016. № 1(7). URL: <http://ucom.ru/doc/nv.2016.01.082.pdf>.
8. Бичікова Л.А. Стан та особливості розвитку ринку пивоварної промисловості. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2016. № 5. Т. 1. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/5380/1/%D0%91%D0%B8%D1%87%D1%96%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf>.
9. Тюха І.В., Бабко А.О. Сучасні тенденції та проблеми розвитку пивного ринку України. Ефективна економіка. 2017. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5376>.
10. Катран М. Конкуренція на ринку пива. Вісник КНТЕУ. 2017. № 3.
11. Зиза О.О., Овсієнко Н.М. Державне регулювання ринку пива України та інформаційна безпека споживачів. Інтернаука. Серія «Економічні науки». 2018. № 7. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2018-7-4044>.