

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ: ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІН ТА ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ АНТИКРИЗОВИХ ЗАХОДІВ

Сергій АНПЛОГОВ¹, Ольга ГАРАФОНОВА²

¹ Голова Наглядової Ради «Луцький пивоварений завод «Земан»

² ДЗВО «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

доктор економічних наук, професор

<https://orcid.org/0000-0002-4740-7057>

На сьогодні важливим завданням функціонування багатьох галузей України залишається формування стратегічного потенціалу розвитку та конкурентних переваг. В умовах діджиталізації та трансформаційних процесів, а також світових глобалізаційних процесів проблема якості продукції є однією з найважливіших. Саме завдяки високій якості продукції формуються конкурентні переваги виробників. Якість товарів та послуг спричинена вимогами та потребами споживачів, які і формують конкурентні позиції на ринку. В умовах мінливого зовнішнього середовища (воєнні дії, нестабільність економіко-політичного стану в країні) та для комерційної діяльності більшості вітчизняних компаній важливим є не просто вижити в умовах сьогодення на вітчизняному ринку, але й підтримувати свою високу конкурентоспроможність на світових ринках. Незважаючи на складні умови функціонування для вітчизняного бізнесу, ключовим питанням залишається підтримка якості та напрямів розвитку компаній із застосуванням антикризових заходів.

Вітчизняний ринок пива був, є і буде завжди динамічно розвинутим. На сьогоднішній день важкий економічний та політичний стан в країні, спад попиту та купівельної спроможності громадян спричинили падіння обсягів виробництва не тільки пива, а й інших алкогольних напоїв. Але щоб утримувати позиції лідера на ринку вітчизняним виробникам пива необхідно «йти в ногу» з часом, відповідати сучасним вимогам. Якість продукції забезпечує основу формування конкурентної позиції компанії, стає основою побудови ефективної системи управління якістю та стратегічного потенціалу компанії.

Ключові слова: пивоварна галузь, пиво, заходи, антикризові заходи.

<https://doi.org/10.31891/mdes/2022-5-1>

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

На сьогодні важливим завданням функціонування багатьох галузей України залишається формування стратегічного потенціалу розвитку та конкурентних переваг. В умовах діджиталізації та трансформаційних процесів, а також світових глобалізаційних процесів проблема якості продукції є однією з найважливіших. Саме завдяки високій якості продукції формуються конкурентні переваги виробників. Якість товарів та послуг спричинена вимогами та потребами споживачів, які і формують конкурентні позиції на ринку. В умовах мінливого зовнішнього середовища (воєнні дії, нестабільність економіко-політичного стану в країні) та для комерційної діяльності більшості вітчизняних компаній важливим є не просто вижити в умовах сьогодення на вітчизняному ринку, але й підтримувати свою високу конкурентоспроможність на світових ринках. Незважаючи на складні умови функціонування для вітчизняного бізнесу, ключовим питанням залишається підтримка якості та напрямів розвитку компаній із застосуванням антикризових заходів.

Вітчизняний ринок пива був, є і буде завжди динамічно розвинутим. На сьогоднішній день важкий економічний та політичний стан в країні, спад попиту та купівельної спроможності громадян спричинили падіння обсягів виробництва не тільки пива, а й інших алкогольних напоїв. Але щоб утримувати позиції лідера на ринку вітчизняним виробникам пива необхідно «йти в ногу» з часом, відповідати сучасним вимогам. Якість продукції забезпечує основу формування конкурентної позиції компанії, стає основою побудови ефективної системи управління якістю та стратегічного потенціалу компанії.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми формування потенціалу управління якістю досліджували такі науковці як: Азгальдов Г. Г., Брагін Ю. Б., Белявський І. К., Безродна С. М., Вакуленко А. В., Войнаренко М. П., Гарафонов О. І., Дж. Джуран, Кириченко Л. С., Лузан І. В., Момот О. І., Кросбі Ф., Лапуста М. Г., Ларін В. М., Малигіна В. Д., Пількевич Н. Б., Траченко Л. А., Орлов О. О., Сіваченко І. Ю., Тимошенко В. М., Тельнов А. С., Федорович В. О., Фейгенбаум А., Фомін В. Н., Харінгтон Дж., Шаманська О. І., Шилін І. В., Шведа Н. М.. Науковими здобутками даних науковців є обґрунтований глибокий теоретичний та всебічний науково-методичний підхід до визначення поняття якості, системи якості, управління якістю, а також ними були досліджені організаційні аспекти створення

та сертифікації систем менеджменту якості. Відкритим залишається питання щодо виокремлення особливостей управління якістю в різних галузях, виокремлення особливостей управління якістю на основі процесного та системного підходів, а також різноманітні методики щодо оцінювання рівня якості продукції та систем менеджменту якості в різних галузях.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою даної наукової статті є обґрунтування умов та тенденцій формування стратегічного потенціалу вітчизняного пивоварного ринку України, а також виокремлення тенденцій змін та антикризових заходів щодо подальшого його розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

В ринкових умовах розвитку країн якість продукції формується під впливом таких важливих факторів як: активне прагнення компанії до ефективного впровадження досягнень науково-технічного прогресу; старанне вивчення кон'юнктури внутрішнього та міжнародних ринків, запитів різноманітних категорій клієнтів; інтенсивне використання потенціалу працівників через мотиваційні засоби матеріального та морального характеру, систематичне підвищення кваліфікації, навчання тощо.

Вітчизняна пивоварна промисловість забезпечує достатньо значну кількість робочих місць у сфері роздрібною торгівлі, ресторанного та готельного бізнесів. Справа полягає в тому, що логістичні ланцюги та реалізація пива забезпечують наявність тисяч робочих місць. Одне робоче місце в індустрії пивоварної галузі створює до 5-7 робочих місць у суміжних галузях [1]. Перш за все це стосується виробників галузі агропромислового комплексу, які виробляють обладнання для пивоварних заводів, вирощують пивоварний ячмінь та солод, а також сфер логістики, сфери послуг та роздрібною торгівлі. Ці робочі місця створюють високу додану вартість, відповідно розширюють податкову базу населених пунктів, у яких вони працюють. Пивоварна галузь має важливе значення ще й тому, що є бюджетоутворюючою [1].

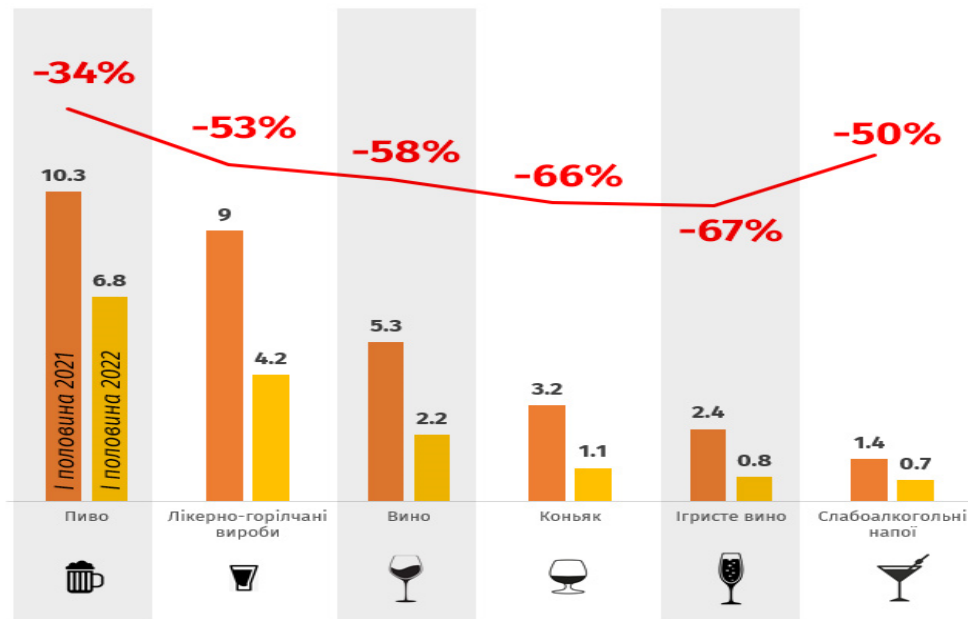
Як і більшість вітчизняного бізнесу, сьогодні пивний ринок України перебуває у скрутному економічному становищі, передусім через скорочення обсягів виробництва та споживання продукції на ринку (рис. 1). Воєнні дії в нашій країні, складна ситуація щодо сільського господарства, сировини, скрутне економіко-політичне становище - все це зумовлює спад економіки України та більшості її галузей. Насамперед, це пов'язано з погіршенням соціально-економічної ситуації в країні, зниженням купівельної спроможності громадян, а також із коронокризисом (всесвітньою боротьбою з коронавірусною хворобою (COVID – 19)).

Війна в Україні різко та суттєво змінила ринок пивоваріння. Основними факторами спаду виробництва пива стали: від'їзд великої кількості населення за межі України, введені обмеження в роботі ресторанів та закладів харчування (навесні 2022 року), порушення та побудова нових логістичних потоків. Справа полягає в тому, що з 24 лютого та до початку квітня по всій території України продаж алкоголю був заборонений взагалі. Через бойові дії в нашій країні багато виробництв алкогольної продукції взагалі зупинилося. В той же час суттєво змінилася й економічна поведінка українців. Перевага українців тепер на продуктах першої необхідності, ніж на алкогольних напоях. Слід зазначити, що це внесло зміни на кожну категорію алкоголю (див. рис. 1). Серед всіх алкогольних напоїв, найменше постраждали продажі пива (рис. 1). Це спричинено тим, що на пиво вводилися слабші обмеження і не у всіх областях України; а також пиво було, є і буде сезонним напоєм, тому в березні-квітні обсяги його продажів були невеликі.

За останні роки різко змінилась картина щодо споживання різними верствами населення алкогольних напоїв. На рис. 1 наведена динаміка та тенденції змін вживання алкоголю населенням за 2021-2022 роки. Слід відмітити, що майже на 50% скоротилось вживання алкогольних напоїв за цей період. Це пов'язано із різними факторами, із спадом економіки, купівельної спроможності населення, кризою коронавірусу COVID – 19, воєнними діями в країні.

Як змінилось споживання алкогольних напоїв у 2021-2022 роках?

млрд грн



Джерело: оцінка Pro-Consulting, "Слово і Діло"

Рис. 1. Результати зміни споживання напоїв різними верствами населення за 2021-2022 рр.
Джерело: [2]

Слід зазначити, що на розвиток та функціонування пивоварної галузі України вплинули також законодавчі нововведення, у частині прирівняння пива до алкогольного напою, підвищення акцизної ставки, зміни умов ліцензування та реклами. У результаті це призвело до збільшення регуляторного та податкового навантаження на виробників пивоварної продукції та зробило збитковою пивоварну діяльність, починаючи з 2020 року. З 2018 до 2020 року вітчизняний пивоварений бізнес був одним із розвинених галузевих ринків з високим експортним потенціалом.

За даними Pro-Consulting [1, 3], у січні-червні 2022 року українці купили пива на 6,8 млрд грн, що на 34% менше порівняно з аналогічним періодом 2021 року. Продажі горілки впали на 53%, вина – на 58%, коньяку – на 66%. Компанія Carlsberg Ukraine оцінює просідання ринку в березні-квітні 50% в споживанні та 68% – у виробництві.

Сьогодні на початку осені 2022 року можемо спостерігати, що тенденція йде також до закриття маленьких пивоварень, але поки що незначно. Окрім пандемічних обмежень, що вплинуло на їх роботу, також піднявся акциз – це аж ніяк не сприяє розвитку галузі пивоваріння в Україні. Це не зважаючи на воєнні дії в нашій країні.

У першому кварталі 2022 року виробництво пива в Україні становило 51% до аналогічного періоду минулого року [1]. До 2008 року обсяги виробництва та споживання пива в Україні характеризувалися значними темпами зростання. Однак, після 2008 року почалося різке падіння ринку і виробництва. Якщо у 2008 році в Україні було вироблено 320 млн дал пива, то в 2018 році – 185,2 млн дал, тобто на 42% менше відповідно. Справа полягає в тому, що падіння обсягів виробництва вітчизняного пива прискорилося наприкінці 2013 – початку 2014 року. За перше півріччя 2022 року виробництво пива в Україні (крім безалкогольного із вмістом спирту до 0,5% об.) знизилася на 32% у порівнянні з аналогічним періодом 2021 року. Виробництво впало до 57,6 млн декалітрів пива. Про це повідомляє галузева організація «Укрпиво» [5].

Криза в країні, анексія Криму, військові дії на Сході країни негативно вплинули на результати вітчизняної пивної економічної діяльності компаній починаючи ще з 2014 року.

За останні 10 років багато факторів стримують розвиток вітчизняного пивоварного бізнесу, а саме:

- ✓ криза, пов'язана із коронавірусною хворобою (COVID – 19);
- ✓ воєнні дії в країні;

- ✓ втрата виробничих потужностей в Криму та на сході країни;
- ✓ зупинка роботи певних пивзаводів та пивоварень з початку воєнних дій у 2022 році;
- ✓ законодавче зрівняння пива з міцним алкоголем;
- ✓ зниження рівня доходів населення;
- ✓ заборона на торгівлю з Росією з 2014 року;
- ✓ заборона продажу алкоголю взимку та навесні 2022 році у зв'язку із воєнними діями в країні;
- ✓ підвищення акцизної ставки (законодавчі обмеження полягали в збільшенні акцизної ставки, зміну правил реклами і ліцензування. Акциз зріс втричі з 2014 року, з 0.78 грн за літр до 2.48 грн. Як наслідок, ціни на пиво суттєво виросли, що негативно позначилося на галузі);
- ✓ закриття заводів на сході країни через проведення військових дій з 2014 року, а також активну фазу з 24 лютого 2022 року;
- ✓ заборона на рекламу пивної продукції;
- ✓ введення ліцензування на торгівлю пивними напоями;
- ✓ підвищення цін на сировину та на готову продукцію.

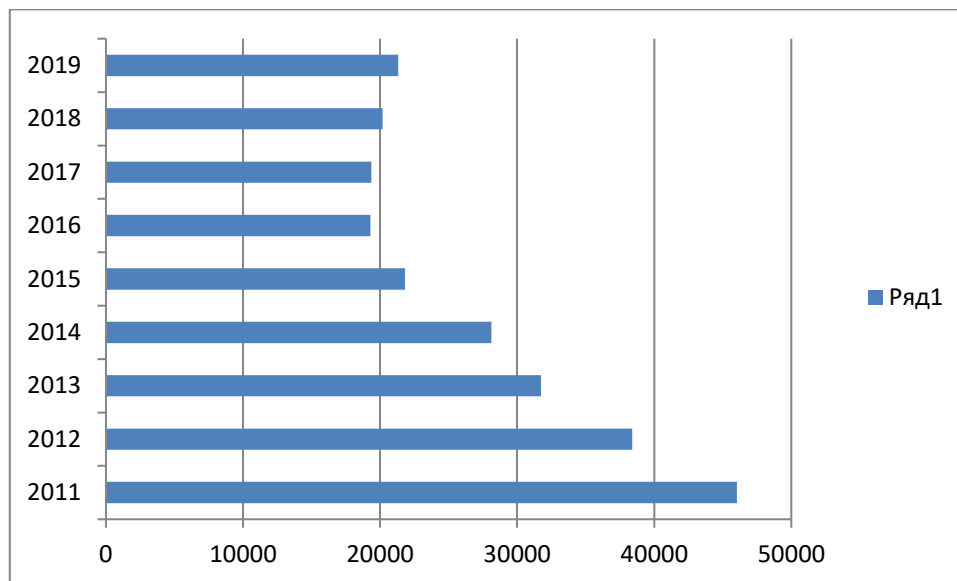


Рис. 2. Динаміка виробництва пива за 2011-2020 рр., пиво солодове (крім пива безалкогольного і пива з вмістом алкоголю не більше 0,5%), тис. дал
Джерело: [складено авторами на основі 4]

При тому, що виробництво пива до 2018 року знижувалось в Україні, його експорт навпаки збільшився. За даними Державної фіскальної служби [6], у 2018 році українські пивоварні компанії експортували 11,4 млн дал пива, це на 13% більше у порівнянні з 2017 роком. Основними покупцями українського пива були на той час Білорусь, Молдова та Алжир. Найбільшу частку експорту займали останні 6 років компанії: «САН ІнБев Україна», Carlsberg Ukraine, «Оболонь» та «Перша приватна броварня» [6].

Вітчизняний ринок пива є висококонсолідованим, а найбільшими його представниками є такі компанії та стратегічні групи, як: ПАТ «САН ІнБев Україна» (на сьогодні ПРАТ «АБІнБев Ефес Україна»), ПАТ «Карлсберг Україна», ПРАТ «Оболонь» та ТзОВ «Перша приватна броварня».

Варто зазначити, що до ТОП-100 найбільших платників податків за 2018 рік увійшли 3 пивні гіганти:

- ПРАТ «КАРЛСБЕРГ УКРАЇНА» – 2 928,6 млн грн;
- ПРАТ «АБІнБев Ефес Україна» – 1 595,7 млн грн;
- ПРАТ «ОБОЛОНЬ» – 1 245,8 млн грн.

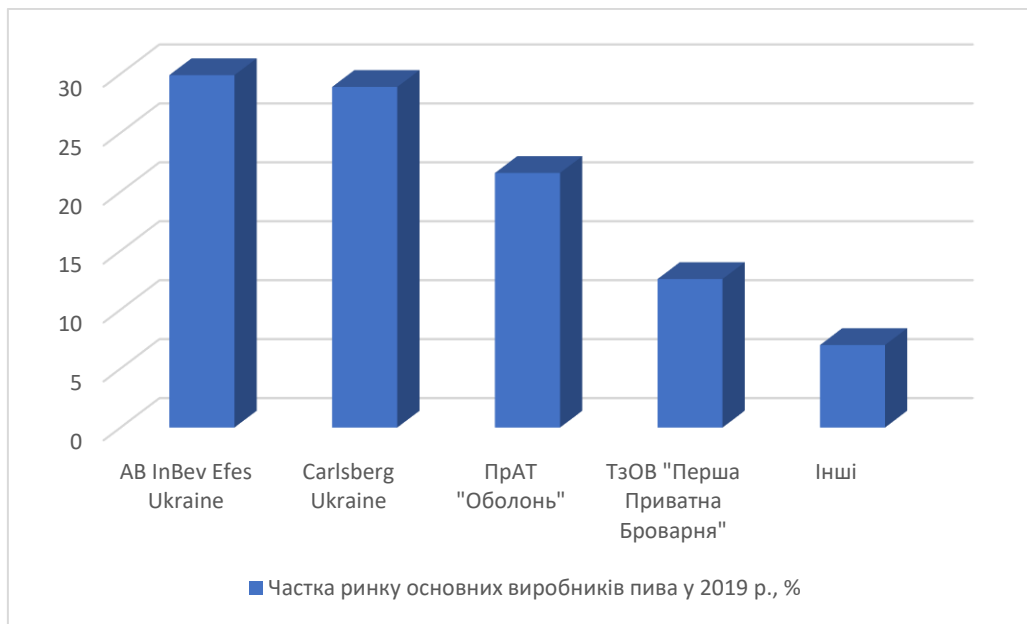


Рис. 3. Частка ринку основних виробників пива України у 2019 р., %

Джерело: [7]

Частка обсягу виробництва пива великими та середніми підприємствами (9 виробників пива) складає 87% від загального обсягу виробленого пива в Україні. Разом з тим, починаючи з 2017 року в Україні почали розвиватися також маленькі крафтові пивоварні (регіональні та ресторанны) з обсягом виробництва пива до 3 000 гектолітрів на рік. У 2017 році кількість таких виробників пива складала 123, а у 2019 році – 204, тобто збільшилася майже на 40%. Однак, частка виробленого пива такими стратегічними групами на сьогодні складає всього 3% від усього ринку пива в країні.

Що стосується експортного потенціалу пивоварної галузі, то інтеграція України в ЄС сприяє формуванню стратегій розвитку пивоварного ринку у відповідності зі специфікою ринку Європейського Союзу. Серед країн ЄС на ринку виробників пива можна виділити чотири групи країн, так, залежно від масштабів виробництва пива найбільшими виробниками пива є Німеччина з обсягами виробництва більше 3000 млн дал. на рік; великі виробники – Іспанія, Бельгія, Франція, Польща, Чехія, Італія, Нідерланди, Румунія з обсягами виробництва від 1000 млн дал. до 3000 млн дал.; середні виробники – Австрія, Данія, Болгарія, Португалія, Угорщина з обсягами виробництва від 500 млн дал. до 1000 млн дал.; малі – Греція, Фінляндія, Норвегія, Швеція, Словаччина, Естонія, Латвія, Хорватія, Литва з обсягами виробництва до 500 млн дал. За критерієм обсягів виробництва Україну можна віднести до останньої групи країн – з обсягами виробництва до 500 млн дал. на рік. Серед країн цієї групи ринки Норвегії, Словаччини, Литви, Хорватії найбільш наближені до пивного ринку України. Разом з цим Словаччина є країною-сусідом України, має схожу систему фінансових інструментів та чисельність населення [8, с. 13].

Отже, з впевненістю слід зазначити, що стратегічний потенціал вітчизняного пивоварного ринку складають на сьогодні:

- великі пивзаводи гіганти (ПАТ «САН ІнБев Україна» (сьогодні ПРАТ «АБІнБев Ефес Україна»), ПАТ «Карлсберг Україна», ПРАТ «Оболонь» та ТзОВ «Перша приватна броварня»);
- крафтові пивоварні (регіональні пивоварні та ресторанны броварні);
- малі пивні компанії.

На жаль, на даний час вітчизняні пивовари вимушені підвищувати ціни на продукцію, щоб компенсувати витрати на сировину та виробництво, але при цьому втрачають клієнтів, незадоволених політикою компанії. І це проблема сьогодення для ринку пивоваріння.

За часів локдауну 2020-2021 роки, викликаного пандемією COVID-19, досить новим та популярним форматом продажу пива стала так звана «Банка». Коли були закриті всі ресторани, потрібно було реалізовувати великий обсяг. Пивоварні почали заходити в мережі через такий продукт як Банка. Заводи, що виготовляють банку мають замовлення на 2-3 роки вперед. 15-20% бюджету має йти на маркетинг.



Рис. 4. Стратегічний потенціал вітчизняного пивоварного бізнесу

Джерело: авторська розробка



Рис. 5. Схема технологічного процесу виробництва світлого фільтрованого пастеризованого пива

Джерело: [9]

Якісний продукт без маркетинг-стратегії навряд знайде свою чисельну аудиторію. Саме тому активна маркетингова політика та якість продукту – це важливі умови функціонування та розвитку як крафтових пивоварень, так і пивзаводів-гігантів.

На пивзаводі-гіганті технологічний процес виробництва пива складається з таких циклів: виробництво солоду, отримання пивного сусла, зброджування сусла пивними дріжджами, доброджування, фільтрування пива та розлив (рис. 5).

Дана сфера вітчизняного бізнесу є однією з найбільш сучасних, тому що виробники прагнуть підкріплювати стандарти новітніми технологіями. Як нами вже було зазначено, що з 2008 року український ринок пива знаходився у складній ситуації, виробництво скорочувалось, зокрема, 2014 рік став найвиснажливішим для всіх вітчизняних виробників пива. До зниження продажів призвело ускладнення політичних відносин з Росією: анексія Криму та розгортання бойових дій на Сході України. Крім того, пізніше відбулись зміни на законодавчому рівні, які стосувались податкових ставок та обмежень у виробництві та реалізації пива. Основними гравцями на українському ринку пива є великі іноземні компанії, які діють по всьому світу. Невеликим приватним пивоварням важко вийти на ринок і масштабувати свою діяльність, оскільки у них

недостатньо ресурсів для техніко-технологічного забезпечення виробництва та для створення налагодженої мережі збуту своєї продукції. Саме тому їх конкурентоспроможність доволі невисока.

Згідно Держстату України, в 2019 році в країні виробили 182 млн дал пива [10]. У порівнянні з попередніми роками можна говорити про зміцнення ринку, який зараз припинив падіння. Експерти пояснюють постійне зниження темпів виробництва пива непомірними ставками акцизу.

Більшість продукції на українському ринку пива представлено закордонними 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. Пиво низько- та середньоцінового сегменту займають по 40 та 30% ринку відповідно [11].

Як правило дефекти пива, що виникають головним чином в результаті порушення технології виробництва (приклад якої наведено на рис. 5), проявляються, перш за все, у зниженні прозорості та зміні смаку і аромату пива (в процесі технологічної виробництва на підприємствах-гігантах, див. рис. 5). Саме тому, з огляду на зазначене, виокремимо два вектори розвитку системи управління якістю продукції для крупних пивоварних компаній:

- впровадження системи управління безпекою харчових продуктів (НАССР).
- сертифікація системи управління якістю відповідно до вимог стандарту IFS Food.

Щоб процес якості був ефективним та дієвим, на додаток до обох напрямів вважаємо за доцільне застосування комплексу періодичних внутрішніх аудитів якості для моніторингу та своєчасного коригування елементів системи управління якістю продукції компанії, що дозволить їм утримувати конкурентні позиції на ринку.

Система НАССР – це надійний засіб захисту споживачів харчових продуктів, яка покликана ідентифікувати, оцінити і контролювати небезпечні фактори, що є визначальними для безпечності харчових продуктів. НАССР гарантує безпечність продукції на повному шляху харчового ланцюжка та надає змогу виявити усі критичні точки, які можуть вплинути на безпечність кінцевого продукту, усунути шкідливі фактори та контролювати повний процес виробництва.

Вимоги системи НАССР поширюються на всіх суб'єктів господарювання сферою діяльності яких є будь-які операції з харчовими продуктами на всіх етапах їх існування (від моменту вирощування/ появи до переробки та споживання). [12].

Впровадження системи управління безпекою харчових продуктів (НАССР). Втілення принципів НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points) має на меті розробку програми виробництва безпечних харчових продуктів, яка націлена на запобігання небезпек шляхом безперервного контролю від сировини до кінцевого продукту. Як приклад на рис. 6 наведено послідовність етапів щодо впровадження програми НАССР для компаній-гігантів пивоварної галузі України.

Ефективність впровадження системи НАССР будуть перевіряти спеціально навчені аудитори ДПССУ (Держпродспоживслужби України). Процедури ведення записів та документації мають відповідати розміру потужності, особливостям технологічних процесів та давати змогу оператору ринку перевіряти впровадження та дієвість заходів з контролю, передбачених системою НАССР. Документи повинні бути чіткими, зрозумілими та доступними для персоналу потужності.

Іншим антикризовим заходом, а також заходом щодо підвищення конкурентоспроможності для підприємств пивоваріння може бути сертифікація системи управління якістю відповідно до вимог стандарту IFS Food. IFS – це міжнародна схема сертифікації саме в харчовій галузі. Мета стандарту полягає в зниженні витрат і забезпеченні прозорості всього ланцюжка постачання. International Food Standard орієнтований на забезпечення безпеки харчової продукції та упаковки, яка застосовується при виробництві харчової продукції.

Стандарт IFS забезпечує комплексні вимоги з організації виробництва харчових продуктів, гігієни, здійснення технологічних процесів, компетентності персоналу, встановлює єдині критерії для оцінки можливості виробників харчових продуктів виробляти і поставляти безпечні продукти у відповідність з їх специфікацією і законодавчими вимогами.

Сертифікація відповідно стандарту IFS Food – це авторитетний документ практично для кожної компанії, яка здійснює виробництво харчової продукції. Вимоги стандарту IFS Food визнані найбільшими світовими мережами оптової торгівлі та роздрібної, у яких річний обсяг продажу становить не менше 60% усього світового обсягу реалізації. Сертифікація на відповідність вимогам стандарту IFS надає компаніям відмінну можливість постачати свою готову продукцію на міжнародний ринок. А для компаній-постачальників, які є членами FCD або HDE, сертифікація IFS необхідна для того, щоб незалежно від держави компанії-постачальника підписати договір.

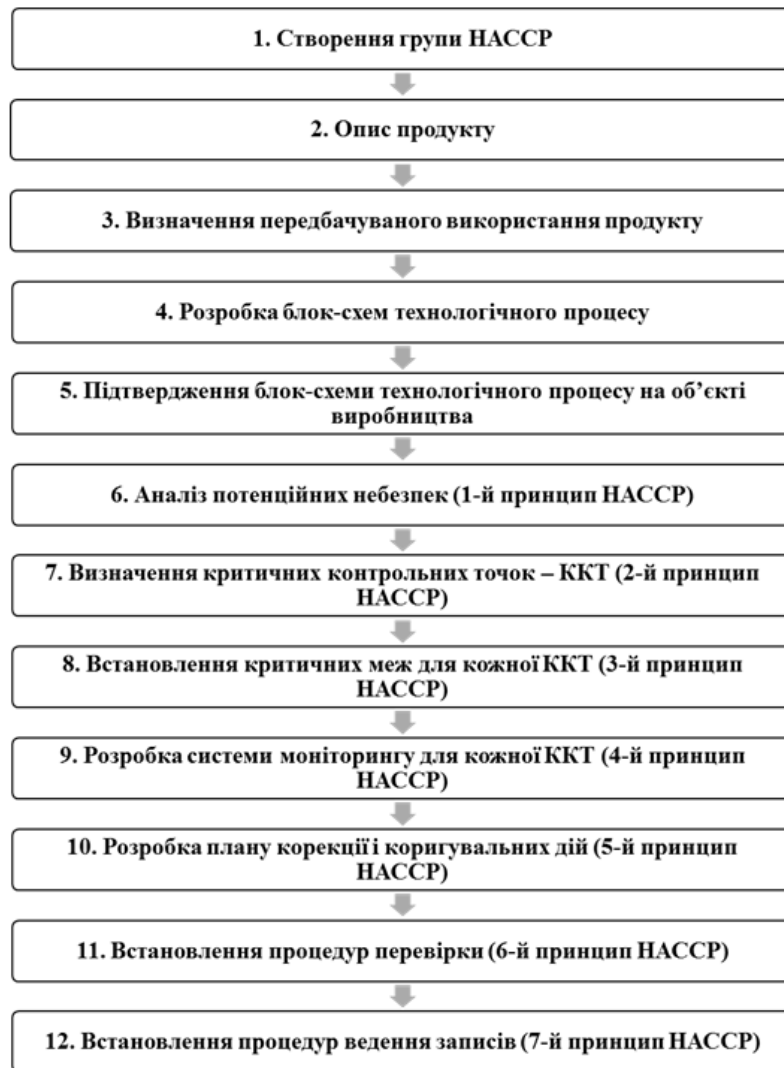


Рис. 6. Алгоритм імплементації програми НАССР для компаній-гігантів та регіонального характеру пивоварної галузі
Джерело: [9]



Рис. 7. Технологічний ланцюг розробки системи IFS для компаній пивоварної галузі
Джерело: [9]



Рис. 8. Схема створення програми та процес проведення внутрішньої аудиторської перевірки системи управління якістю компаній пивоварної галузі

Джерело: [складено авторами на основі 9]

В процесі впровадження стандартів IFS або HACCP на підприємствах-гігантах пивоваренної галузі обов'язково потрібно здійснювати аудит компанії. На рис. 8 наведено схему для проведення аудиту компанії з метою оцінки діяльності та виокремлення ключових позицій для вдосконалення їх діяльності.

На сьогодні в Україні всі пивовари головним чином концентруються на регіонах (це одна із складових стратегічного потенціалу пивоварної галузі - див. рис.5). Є два-три великі бренди пива, які відомі в усій країні, але в кожному містечку є своя пивоварня з «правильною комунікацією». І така броварня чи пивоварня вимагає своєї групи споживачів, активної маркетингової політики для розширення саме кола споживачів пива та нарощування обсягів виробництва. Ще одна важлива ознака крафту – застосування інноваційних підходів у пивоварінні. Це є свого роду «конкурентна фішка» кожної крафтової пивоварні.

Тим часом, в США частка крафту відносно загального ринку, складає понад 12% і продовжує зростати. Відсоткові показники цього ринку в Європі визначити ще важче, адже продукцію, котра відповідає визначенню "крафт" часто варять малі традиційні броварні (наприклад, трапїстське пиво, зварене монахами).

Слід зазначити, що якщо б не воєнні дії в країні, то зростання ринку крафтового пива, навіть попри його високу вартість у порівнянні з масовим, було б неминуче. Адже таке пиво передбачає оригінальний смак продукту та пропагує високу культуру споживання. Зараз в Україні, незважаючи на війну та зростання захворювання на COVID-19, як і раніше в Америці, відбувається бум домашнього

пивоваріння. Власне пиво варять ентузіасти, котрі мають величезне бажання та цікавість, однак, обмежені ресурси, що пов'язано з ресурсонестачею [13].

Яка структура продажів алкоголю у 2021 році?

% млрд грн



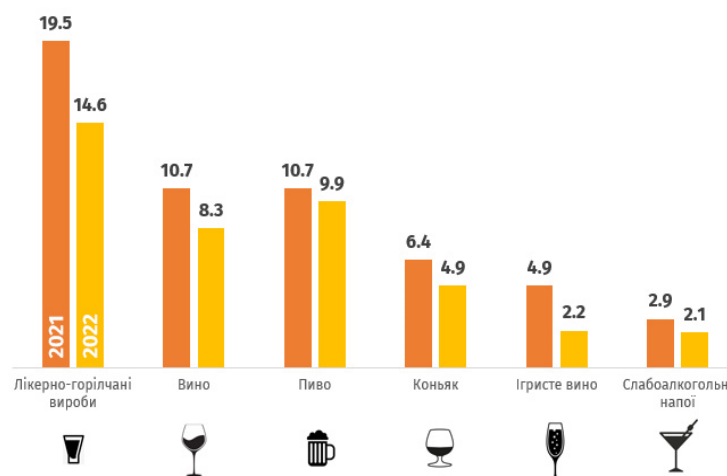
Джерело: оцінка Pro-Consulting

Рис. 9. Структура продажів алкоголю вітчизняних компаній у 2021 році, % млрд.грн
Джерело: [складено на основі 2, 3]

Безумовно причиною падіння виробництва пива в Україні стала зупинка пивзаводів-гігантів у лютому-березні 2022 року. У перші дні війни три заводи Carlsberg Ukraine тимчасово зупинили роботу саме з міркувань безпеки. У березні 2022 року запустили Львівську пивоварню, у травні відновив роботу Київський завод, влітку – Запорізький. Конкурент Carlsberg, компанія "AB In Bev Efes Україна", ще не відновила роботу своїх броварень. Усі заводи корпорації розташовані в наближених до лінії фронту містах – Чернігові, Харкові та Миколаєві. Усі заводи AB In Bev Efes імпортує позиції, які були доступні українському споживачеві до 24 лютого, у тому числі бренди, які варилися виключно в Україні. У Pro-Consulting [3] констатують, що через війну в Україні роботу призупинили переважно підприємства, розташовані на сході та півдні нашої держави, частково – у центральних областях. Справа полягає в тому, що в 2022 році на початку більшу частину товару продавали із запасів січня або 2021 року.

Який прогноз споживання алкогольних напоїв?

млрд грн



Джерело: оцінка Pro-Consulting

Рис. 10. Структура продажів алкоголю вітчизняних компаній у 2021 році, % млрд.грн
Джерело: [складено на основі 2, 3]

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Десятка найсильніших пивних брендів у світі виглядає наступним чином : Corona (7 млрд доларів); Heineken (6,9 млрд доларів); Budweiser (5,6 млрд доларів); Bud Light (4,5 млрд доларів); Modelo (3,9 млрд доларів); Snow (3,6 млрд доларів); Kirin (3,2 млрд доларів); Miller Lite (2,9 млрд доларів); Coors Light (2,9 млн доларів); Asahi (2,5 млн доларів) [14].

Для порівняння в Німеччині, Бельгії, Чехії місцеві пивоварні можуть займати частку до 40%. В цих країнах пивоварень набагато більше. Тільки в Німеччині їх близько 1300 виробників. Пивоварні є фактично в кожному місті, а в деяких – їх навіть по 4. Європа підтримує локальні компанії на державному рівні, варіюючи акцизний збір в залежності від виробництва.

Таким чином, вітчизняному ринку пивоваріння є куди рости, є що впроваджувати для вдосконалення діяльності та диверсифікації (рис. 10). Можемо сподіватись і віримо на найшвидше закінчення воєнних дій в Україні, на зміну структури попиту і пропозиції на вітчизняному ринку пива та на підвищення конкурентоспроможності нашої країни і вітчизняних продуктів на світових ринках.

ЛІТЕРАТУРА:

1. <https://pivnoe-delo.info/2021/04/15/brdo-provel-analiz-ukrainskoj-pivovarennoj-otrasli-i-podgotovil-programmnyj-dokument/> - Пивное дело. Международный аналитический журнал.
2. Чи стали українці менше пити? Як війна змінила алкогольні звички і як реагує ринок? - <https://www.volynnews.com/news/all/chy-staly-ukrayintsi-menshe-pyty-yak-viyna-zminyala-alkoholni-zvychky-i-ia/>
3. <https://pro-consulting.ua/ua> - Дані Pro-consulting - маркетингові дослідження і бізнес-консалтинг
4. <http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/vyrobnytstvo-osnovnykh-vydiv-promyslovoi-produktsii-schorichno> - Статистичний щорічник України
5. <http://ukrpivo.com/> - дані галузевої організації «Укрпиво»
6. Лисова Х. Пінний експорт: чому продажі українського пива за кордон почали зростати [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://mind.ua/publications/20200153-pinnij-eksport-chomu-prodazhi-ukrayinskogo-piva-za-kordon-pochali-zrostati>
7. Гарафонов О.І. Формування потенціалу управління якістю вітчизняних бізнес-організацій як розвиток системи маркетингу в умовах діджиталізації Вісних Хмельницького національного університету. 2021. №2. С.40-47. 8. Вітренко Н.С. Проблеми та перспективи розвитку ринку пива України. -Інтернаука. 2018. No 1(2). С. 11-17. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15157517113750.pdf>
9. Технологія виробництва пива [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://foodtecnology.info/tehnologiya-vyrobnytstva-pyva>
10. Держстат України. Комплексні статистичні публікації. Статистичний збірник «Україна у цифрах». [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_ukr_zb.htm
11. Ляшко К. Дослідження українського ринку пива: тенденції та прогноз [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/issledovanie-ukrainskogo-rynka-piva.html>
12. <https://kucurubnska-gromada.gov.ua/news/1628146860/> - Застосування системи НАССР в Україні
13. <https://www.epravda.com.ua/publications/2018/06/5/637081/> - Культура споживання: чому росте споживання крафтового пива і в чому його перевага над масовим?
14. <https://www.beer.ua/novyny/analitky-nazvaly-desiatku-naydorozhchykh-pyvnykh-brendiv-za-2022-rik/> - Аналітики назвали десятку найдорожчих пивних брендів за 2022 рік

REFERENCES:

1. <https://pivnoe-delo.info/2021/04/15/brdo-provel-analiz-ukrainskoj-pivovarennoj-otrasli-i-podgotovil-programmnyj-dokument/> - Pivnoe delo. Mezhdunarodnyi analytycheskyi zhurnal.
2. Chy staly ukraintsi menshe pyty? Yak viyna zminyala alkoholni zvychky i yak reahuie rynek? - <https://www.volynnews.com/news/all/chy-staly-ukrayintsi-menshe-pyty-yak-viyna-zminyala-alkoholni-zvychky-i-ia/>
3. <https://pro-consulting.ua/ua> - Dani Pro-consulting - marketynhovi doslidzhennia i biznes-konsaltnyh
4. <http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/vyrobnytstvo-osnovnykh-vydiv-promyslovoi-produktsii-schorichno> - Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy
5. <http://ukrpivo.com/> - dani haluzevoi orhanizatsii «Ukrpyvo»
6. Lysova Kh. Pynnyi eksport: chomu prodazhi ukrainskoho pyva za kordon pochaly zrostaty [Elektronnyi resurs]. - Rezhym dostupu: <https://mind.ua/publications/20200153-pinnij-eksport-chomu-prodazhi-ukrayinskogo-piva-za-kordon-pochali-zrostati>
7. Harafonova O.I. Formuvannia potentsialu upravlinnia yakistiu vitchyznianskykh biznes-orhanizatsii yak rozvytok systemy marketynhu v umovakh didzhytalizatsii Visnykh Khmelnytskoho natsionalnogo universytetu. 2021. №2. S.40-47. 8. Vitrenko N.S. Problemy ta perspektyvy rozvytku rynku pyva Ukrainy. -Internauka. 2018. No 1(2). S. 11-17. [Elektronnyi resurs]. - Rezhym dostupu: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15157517113750.pdf>
9. Tekhnolohiia vyrobnytstva pyva [Elektronnyi resurs]. - Rezhym dostupu: <http://foodtecnology.info/tehnologiya-vyrobnytstva-pyva>
10. Derzhstat Ukrainy. Kompleksni statystychni publikatsii. Statystychnyi zbirnyk «Ukraina u tsyfrakh». [Elektronnyi resurs]. - Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_ukr_zb.htm
11. Liashko K. Doslidzhennia ukrainskoho rynku pyva: tendentsii ta prohnos [Elektronnyi resurs]. - Rezhym dostupu: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/issledovanie-ukrainskogo-rynka-piva.html>

-
12. <https://kucurubaska-gromada.gov.ua/news/1628146860/> - Zastosuvannia systemy NASSR v Ukraini
 13. <https://www.epravda.com.ua/publications/2018/06/5/637081/> - Kultura spozhyvannia: chomu roste spozhyvannia kraftovoho pyva i v chomu yoho perevaha nad masovym?
 14. <https://www.beer.ua/novyiny/analitky-nazvaly-desiatku-naydorozhchyykh-pyvnykh-brendiv-za-2022-rik/> - Analitky nazvaly desiatku naydorozhchyykh pyvnykh brendiv za 2022 rik

FEATURES OF THE FORMATION OF THE STRATEGIC POTENTIAL OF THE DOMESTIC BREWING INDUSTRY: TRENDS OF CHANGES AND IMPLEMENTATION OF ANTI-CRISIS MEASURES

Sergiy ANPILOGOV¹, Olga GARAFONOVA²

¹ Chairman of the supervisory board Lutsk Brewery «Земан»

² Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Ukraine

Today, the formation of strategic potential for development and competitive advantages remains an important task for the functioning of many branches of Ukraine. In the conditions of digitization and transformational processes, as well as world globalization processes, the problem of product quality is one of the most important. It is thanks to the high quality of products that manufacturers' competitive advantages are formed. The quality of goods and services is caused by the demands and needs of consumers, which form competitive positions on the market. In the conditions of a changing external environment (military operations, instability of the economic and political situation in the country) and for the commercial activity of most domestic companies, it is important not only to survive in the current conditions on the domestic market, but also to maintain its high competitiveness on world markets. Despite the difficult operating conditions for domestic business, the key issue remains the support of the quality and directions of development of companies with the application of anti-crisis measures.

The domestic beer market was, is and will always be dynamically developed. To date, the difficult economic and political situation in the country, the decline in demand and the purchasing power of citizens have caused a decrease in the volume of production not only of beer, but also of other alcoholic beverages. But in order to maintain the leading position in the market, domestic beer producers need to "keep up" with the times and meet modern requirements. Product quality provides the basis for the formation of the company's competitive position, becomes the basis for building an effective quality management system and the strategic potential of companies.

Keywords: brewing industry, beer, measures, anti-crisis measures.