

УДК 339.138

Пістун В.В. - ст. гр. БМм-51

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РОЗВИТКУ РИНКУ ПИВА В УКРАЇНІ**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Зяйлик М.Ф.

Ринок пива України є одним з найдинамічніших в харчовій промисловості. Загалом він є близьким до насичення, що призводить до зростання конкуренції. На сучасному етапі багато малих підприємств змушені залишити галузь або просто перепрофілюватися – основна боротьба іде між лідерами ринку. Невеликі регіональні підприємства покидають пивний ринок, а лідери укріплюють свої позиції за рахунок виведення нових брендів і розвитку нішевої продукції.

На даному етапі можна виділити наступні пріоритетні напрямки розвитку ринку пива в Україні:

- через перенасиченість ринку все складніше переконати покупця придбати товар. Тому виробнику необхідно активно займатися розвитком нішевих сортів пива, яке б за своїми смаковими та іміджевими характеристиками мало б явні відмінності від масових марок;
- насичення ринку різними сортами пива, а також зменшення ринкового дефіциту різко підсилюють роль маркетингу. До останнього часу багато пивних компаній працювали на масову цільову аудиторію, будували свої рекламні кампанії однотипно, дотримуючись найбільш послідовного і чіткого позиціонування, що дозволило прищепити моду на той чи інший бренд. Проте на сучасному етапі бренду необхідно відточувати свою ідентичність і відвойовувати місце в свідомості споживача, а також мати чітке емоційне ототожнення і впізнаваний образ;
- найзатребуванішою на сьогодні залишається упаковка в скляну пляшку, хоча можна спостерігати і деякий спад цього сегменту за рахунок збільшення частки пива в ПЕТ-упаковці (пластикові тару). Тому виробнику доцільно приділяти увагу покращенню ергономічних характеристик тари;
- спостерігається динамічний розвиток в Україні ліцензійного сегменту пива. Сьогодні перехід споживачів до дорогих, ліцензійних марок пива є звичним явищем, і яскравіше він виражений у молоді - це елемент їх життєвої позиції, яку вони асоціюють з тим або іншим брендом. У подальшому розвитку цього сегменту виробнику є значна вигода, оскільки операційна маржа на ліцензійному пиві набагато вища, ніж на пиві середньоцінового сегменту;
- зараз в Україні намітилась тенденція до появи регіональних підприємств середнього масштабу, тому дані фірми можуть зайняти сегмент, що звільниться від малих компаній, але значно нарощувати обсяги виробництва не слід, оскільки ринок пива є достатньо насиченим і тому найбільшу увагу потрібно приділити якості продукції, яка на даному етапі розвитку ринку стає одним із основних факторів успіху.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що на сучасному етапі використання ключових засобів маркетингу, головним фактором успіху на ринку пива в Україні є застосування всіх вищезазначених напрямків розвитку.