

УДК 339.138

Василь Любунь

Vasil Lubun

Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри Борисова Т.М.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПЕРСПЕКТИВ
ВІТЧИЗНЯНОЇ ПИВОВАРНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ
RESEARCH OF MARKETING PROSPECTS OF DOMESTIC
BREWING INDUSTRY**

Основними сировинними ресурсами для виробництва класичного пива, крім води і дріжджів є пивоварний ячмінь, ячмінний солод і хміль. Аналіз показників виробництва пивоварного ячменю, солоду і хмелю показав, що для пивоварного ячменю у 2014-2015 рр. було характерно зменшення обсягу виробництва в основному за рахунок падіння врожайності. Тому вітчизняні пивовари при виробництві пива використовували несолоджені матеріали і фуражний ячмінь.

Вихід України на світові ринки пива, солоду і пивоварного ячменю і закріплення на них можливо лише при конкурентоспроможності продукції, що поставляється. Основними її критеріями є ціна і якість продукції, а шляхами її підвищення - поліпшення цих показників з позиції споживача.

Напрямки підвищення конкурентоспроможності продукції пивопродуктового підкомплексу варто формувати як по лінії самих товаровиробників, так і по лінії держави, яка повинна створювати для них умови і можливості ведення сталого виробництва, стимулювання і підтримки експорту.

Для товаровиробників підвищення ними конкурентоспроможності продукції, що поставляється на ринок продукції, в першу чергу, пов'язується зі зниженням витрат на її виробництво і реалізацію, оскільки

вони є основою встановлення оптової ціни на пиво та солод і ціни реалізації на пивоварний ячмінь.

Що стосується взаємозв'язку внутрішніх ринків пива, солоду і пивоварного ячменю зі світовими, то прогностичні сценарії їх розвитку передбачають збільшення попиту на пиво в світі як за рахунок зростання чисельності населення, так і за рахунок підвищення його душевого споживання при зміні географії його споживання в напрямку країн Азії, Африки, Латинської Америки, а також збереження сформованого уповільнення темпів зростання на «старих» сформованих ринках при душевому споживанні пива в світі (26 л), дозволяють говорити про потенційну можливість збільшення присутності України на їх світових ринках. Ситуація, що склалася в пивопродуктовому підкомплексі, має негативні наслідки для всіх задіяних в ньому учасників. У сільськогосподарських товаровиробників знижується можливість ведення виробництва пивоварного ячменю на інвестиційно-інноваційній основі; переробники працюють з неповним використанням створених виробничих потужностей; регіони втрачають робочі місця, знижують свою інвестиційну привабливість, недоотримують податкові надходження в бюджет; для держави в цілому до всіх цих наслідків додається втрата досягнутого імпортозаміщення сировинної бази. Все це ставить питання про шляхи подальшого розвитку пивопродуктового підкомплексу, які повинні визначатися державою і бути зрозумілими для всіх його учасників.

На наш погляд, обґрунтування цих шляхів має виходити з трьох моментів: по-перше, з національної антиалкогольної політики; по-друге, з необхідності забезпечення міжгалузевої пропорційності розвитку всіх його сфер; по-третє, з ув'язки ринків пива, солоду і пивоварного ячменю з аналогічними світовими ринками.