

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА РИНКУ ПИВОВАРІННЯ

магістр Ющук Ю.О.

Наук. керівник к.т.н., проф. Яцишина Л.К.

Київський національний торговельно-економічний університет

Проблема формування ринкової стратегії для підприємств-виробників пива в Україні є надзвичайно актуальною. Це пов'язано з динамічним розвитком вітчизняного ринку слабоалкогольних напоїв, зокрема пива. Аналізуючи ринок пива в Україні, відзначимо, що на ньому спостерігаються тенденції росту. За даними Держкомстату, за останні кілька років щорічний приріст виробництва пива в Україні становить 25-30 % [1]. Однак, незважаючи на зростання обсягів ринку пива в Україні, він ще залишається не насиченим і його потенціал набагато більший ніж фактичні обсяги. Реалізація пива в Україні має певні особливості, пов'язані із сезонністю. Звичайно на початку сезону (приблизно середина квітня) продукція місцевого великого виробника забезпечує до 70 % продаж пива в регіоні. Вже у травні пиво іногородніх виробників починає більш активно надходити на регіональний ринок. У розпал сезону (липень-серпень) пиво місцевого великого виробника забезпечує вже не більш 30-40 % продаж. Пов'язана така динаміка з цілком об'єктивними явищами: узимку обсяги реалізації пива падають у чотири-п'ять разів порівняно з теплим часом року, і оптовикам не вигідно завозити іногороднє пиво в невеликих кількостях – висока вартість перевезення зробить його неконкурентним.

ТОВ «Павлівський пивзавод» — підприємство харчової промисловості України, зайняте у сфері виробництва та збуту пива. Воно розташоване у селі Павлівка Волинської області. Продукція ТОВ «Павлівський пивзавод» становить 0,7 відсотка від обсягів реалізації на українському ринку. На підприємстві за зміну можуть розлити до 20 тонн пива, яке випускають у скляних пляшках. Його реалізують у майже 1200 торговельних точках Волині, Рівненщини та Львівщини.

Щоб визначити напрям своєї діяльності та власну маркетингову стратегію на ринку пивоваріння, підприємство спочатку визначає місії та цілі, яким буде слідувати. Таким чином, ТОВ «Павлівський пивзавод» визначає власне призначення як задоволення підприємством потреби населення у високоякісному вітчизняному пиві в міру своєї потужності та підвищення культури його споживання, виготовляючи живе пиво за найкращими українськими традиціями пивоваріння та найсучаснішими технологіями виробництва.

Також підприємство визначило власні довгострокові цілі, для досягнення яких воно буде розвиватись і здійснювати свою виробничу та збутову діяльність:

- встановлення екологічно чистих джерел енергії (сонячні батареї) за 2 роки;
- збільшення виробничих потужностей за рахунок розширення підвальних приміщень та закупки нового обладнання протягом 2 років;
- підвищення обсягів продажів на 10% за 4 роки;
- залучення нових ринків збуту та точок продажу (Тернопіль, Хмельницький, Житомир, Івано-Франківськ, Київ);
- збільшення частки власного капіталу на 10% за 4 роки.

Список використаних джерел:

1. Сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.