рядом заготівельних, збутових підприємств, а також власним автомобільним та залізничним парком об'єдналися в Промислову групу «Vioil», яка є єдиним переробником в Західній Україні, що надає їй ряд конкурентних переваг.

За лідерство на ринку змагаються дві потужні компанії – «Кернел-Трейд» («Щедрий дар», «Чумак», «Стожар», «Любонька», «Орія») та Bunge («Олейна», «Розумниця», «Золота краплинка»). До десятки найбільших компаній відноситься «Укролія» («Диканька», «Диканський хуторок», «Маслинка», «Garna»), «Пологовський МЕЗ» («Славія») та «Віктор і К» («Королівський смак»). Ці компанії займають суттєву частку ринку.

Потужну конкуренцію маркам виробників складають власні марки торговельних мереж («private label»). Серед них ТМ «Премія», «Фуршет», «Добрий кухар», «Bon Vie», «Eurogroup», «Сімка», «Natura Verde», «Aro» та ін. Частка власних марок постійно зростає, зокрема, у 2011 р. – 10% ринку, станом на 2012 р. – близько 22%.

Потенційно нові гравці на ринку не являють собою загрозу, адже вхідні бар'єри дуже високі, оскільки тут діють потужні національні та транснаціональні компанії, тому більшість гравців, які з'являються на ринку, зникають так само швидко, не переступаючи навіть річний рубіж свого життєвого циклу.

Постійне зростання вітчизняних потужностей з переробки насіння олійних культур в Україні створює конкурентне середовище та сприятливу цінову ситуацію як для сільськогосподарських товаровиробників, так і для переробників. Внаслідок цього, а також, враховуючи ситуацію на світовому ринку, на початку сезону 2011/2012 рр. не відбулося різкого зниження закупівельних цін на насіння соняшнику на противагу початку 2010/2011 рр. На споживчому ринку відбувається незначне підвищення цін на олію, індекс споживчих цін на олію у грудні 2011 року склав 101,7%[2].

Аналітики Grain Ukraine прогнозують зростання виробництва сирої соняшникової олії в Україні до рекордної позначки – 3-3,1 млн. т в 2012 році. У результаті – експорт олії може перевищити 2,6 млн.т, що на 100 тис.т більше показників торішнього сезону – 2,48 млн. т [3].

1. http://www.agroua.net/ – «Аграрний сектор економіки».
2. http://www.ukroilprom.org.ua/ – Офіційний сайт асоціації "Укроліяпром".
3. http://agrobiznes.com.ua/ – «Український агропортал».

Руденко А.В.
група ЕМРм – 12
Науковий керівник – к.е.н., доц. М.Л.Данилович-Кропивницька

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА РИНКУ ВИРОБНИКІВ ПИВА В УКРАЇНІ

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

В умовах, коли інтеграційні процеси стають невід'ємною частиною господарського життя кожної країни, необхідним елементом успішного економічного розвитку держави є активізація міжнародної економічної діяльності, поглиблення міжнародних економічних зв'язків між провідними компаніями, інтенсифікація міжнародної торгівлі. Кожна країна повинна мати галузі народного господарства, які є конкурентоспроможними на міжнародному рівні.

Пивоварна галузь України є однією з найбільш динамічних галузей харчової промисловості. В ній присутні як великі іноземні капітали, так і капітали резидентів. Існує значна кількість компаній, які є лідерами, протягом останніх років значно нарощують обсяги виробництва та реалізації.

Ринок пива є найбільш містким сегментом ринку слабоалкогольних напоїв, обсяги виробництва і споживання якого у світовому масштабі є просто гігантськими. Проте світова фінансова криза суттєво вплинула на виробників, і відповідно відобразилась на обсягах виробництва та споживання пива. Характерною особливістю пивного ринку є те, що попит істотно коливається під впливом багатьох ринкових чинників, а особливий розмах простежується в літні місяці, за які продається більше 60% виробленої за рік продукції. Пивоварна промисловість має важливі економічні характеристики. Перш за все, це висока швидкість обороту капіталу, висока рентабельність і низька, порівняно з іншими галузями промисловості, капіталомісткість виробництва. В Україні пивоварна промисловість займає лідируючі позиції в поповненні доходної частини Державного бюджету, посідаючи п'яте місце серед інших галузей-платників податків (спиртової, лікеро-горілчаної, виноробної, тютюнової). Подальші удосконалення і підвищення виробництва галузі можуть забезпечити розвиток всього господарства країни необхідними інвестиційними ресурсами.

Пивоварну промисловість представляє близько півсотні підприємств. Проте, близько 96% пивоварної продукції виробляється чотирма найбільшими компаніями: Sun Inbev Україна, "Оболонь", Carlsberg Group і SABMiller. Вітчизняне пивоварне виробництво розвивається, в основному, за рахунок великих та середніх підприємств. Більшість малих пивзаводів не змогли знайти своє місце на українському ринку і не мають коштів ні для технічного переустаткування, ні для створення власної мережі збуту. Ці заводи або припиняють виробництво пива, або стають власністю великих підприємств.

Ринок пива в Україні можна вважати ринком покупця, тобто пропозиція на ринку перевищує попит, виробники інтенсивно змагаються за покупців та частку ринку. В зв'язку з цим виробники проводять активну маркетингову діяльність, на ринку присутній широкий асортимент продукції різних цінових категорій.

До характерних особливостей діяльності на пивному ринку варто віднести законодавчі обмеження, які значно ускладнюють вихід на ринок нових компаній. Негативно можуть вплинути і конкурентні фактори,

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

оскільки в Україні скорочується державне фінансування наукових досліджень, що призводить до занепаду вітчизняних розробок, виробництв, технологій, а отже до відставання країни від провідних розвинених держав, зменшує її загальний рейтинг конкурентоспроможності. Впровадження новітніх технологій йде досить повільними темпами. Саме тому ПрАТ «Оболонь» з 2008 року поступово втрачає свою частку ринку, в той час як інші компанії нарощують обсяги виробництва та покращують власні позиції за рахунок іноземного інвестування у переоснащення технологічних ліній, процесів виробництва.

Подальші перспективи українського ринку пива, в основному, будуть залежати від загального рівня платоспроможності населення і доступності напою. Негативні тенденції спостерігатимуться внаслідок очікування росту цін на солод та непередбачуваних дій уряду, які можуть позначитись на підвищенні податкових ставок. Також для пивоварної промисловості існують ризики введення додаткових ринкових регуляторів – заборон продажу пива вночі, ліцензування торгівлі та ін.

Загалом, конкурентне середовище на ринку пива України можна вважати насиченим. Поява нових конкурентів малоймовірна, а конкурентна боротьба, в основному, проходить між чотирма основними виробниками. Підсумовуючи проведений аналіз тенденцій розвитку вітчизняного ринку пива, можна зробити висновок, що в найближчий час на українському пивному ринку слід очікувати значних змін, зумовлених внутрішніми і зовнішніми факторами.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua