

Науковий керівник: Арестенко Т.В., к.е.н., доцент
МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «КАРЛСБЕРГ» НА РИНКУ ПИВА

Пазенко П.О., Email:pazenkopavel21mk@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Пивна галузь є досить потужним складником харчової промисловості України. Вона є однією з найбільш рентабельних галузей в національному господарстві України, що приваблює інвесторів. Конкуренція на ринку пива є кожним роком гострішає, тому виробники пива створюють заходи щодо маркетингових досліджень, з метою вивчення ринку та пошуку нового продукту, якого бракує споживачу.

Метою статті є маркетингове дослідження діяльності ПрАТ «Карлсберг Україна» на ринку пива та визначення альтернатив його розвитку..

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність ПрАТ «Карлсберг Україна», яке є виробником не тільки пива, але й алкогольних та безалкогольних напоїв. До компанії входять заводи у м. Києві, м. Запоріжжі та м. Львові. За підсумками 2017 року, підприємство ПрАТ «Карлсберг Україна» займає перше місце в Східній Європі, а Київський пивоварний завод - третє місце в «Карлсберг Груп». «Карлсберг Груп» наразі налічує велику кількість свої філій в різних країнах Європи та Азії, окрім США, Канади, Африки, Австралії та Нової Зеландії.

Таблиця 1 -Роль ПрАТ «Карлсберг Україна» на ринку пива

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Відношення 2017 р до 2015 р., %
Загальний товарооборот підприємств України, млн грн.	9261,6	11504,6	12748,4	137,6
Виручка від реалізації, тис. грн	5109865,5	6147204.1	7138220.3	139,7
Виручка від реалізації основного конкурента, тис. грн	4151753,59	5357393	5610211	135,1
Частка ринку підприємства, %	59,6	57,3	58,4	98
Частка ринку конкурента, %	41,3	43,7	41,6	100,7

Частку виробництва було розраховано використовуючи обсяги виробництва ПАТ «Карлсберг Україна» та ПАТ «САН ІнБев Україна» за даними інформаційного сервісу СМІДА, а також за даними української галузевої компанії по виробництву пива, безалкогольних напоїв та мінеральних вод (УКРПІВО) щодо виробництва пива в Україні. За даними таблиці бачимо, що досліджуване підприємство та основний конкурент формують більше половини всього ринку пива, тому є лідерами. Позиція лідера дозволяє диктувати власні вимоги до маленьких підприємств, проте її постійно потрібно підтримувати та можливо спостерігати конкурентну боротьбу між лідерами, а, як наслідок високі маркетингові витрати.

Висновки. Отже, результати маркетингової діяльності ПрАТ «Карлсберг Україна» показують, що досліджуване підприємство є великим гравцем на ринку пива України та має високий потенціал для подальшого розвитку за рахунок розширення асортименту продукції, створення продукції з доданою вартістю, виходу на нові ринки збуту, організації фірмової торгівлі, розвитку комунікаційної політики.

Список використаних джерел:

1. Полторацька О. Півний ринок України: Підсумки 2017 року. [Електронний ресурс] / Олександра Полторацька // Koloro.ua. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/pivnoy-rynok-ukrainy-itogi-2017.html>.
2. Куліш Т.В. Маркетингові дослідження як основа інформаційного забезпечення діяльності підприємств. / Т.В. Куліш // Теорія та практика менеджменту : матеріали Міжнар. наук.практ. конф. Т 33 / відп. ред. проф. Л. М. Черчик. – Луцьк, 2016. – 257-258 с

Науковий керівник: Куліш Т.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу