

ДОСЛІДЖЕННЯ ПИВНИХ ВПОДОБАНЬ СПОЖИВАЧІВ

Пивний ринок України завжди був і залишається надзвичайно цікавим об'єктом для вивчення та досліджень, адже становить важливу частку переробної промисловості нашої країни та є досить прибутковим.

З метою виявлення споживчих вподобань на ринку пива та особливостей споживання пивних напоїв українцями, нами було проведено спеціальне маркетингове дослідження, об'єктом якого стало доросле населення віком від 18 до 46 років і більше. Дослідження проводилось у вересні 2016 року на території міста Тернополя та Тернопільської області. Дані отримано шляхом проведення опитування-анкетування у мережі Інтернет за допомогою додатка «Google-Форми». В опитуванні прийняло участь 105 респондентів, із яких 55,2% чоловіків і 44,8% жінок.

Аналіз результатів дослідження показав, що пиво споживає 91,4% населення, інші 8,6% не вживають цього хмільного напою та алкоголю взагалі. Із 91,4% опитуваних, 34,3% споживають пиво рідко, лише 3% кожного дня, а 29,3% респондентів споживають хмільний напій раз на тиждень. Найактивнішими споживачами є молодь у віці від 21 до 24 років, що становить 47,6% всіх опитуваних, на другому місці – вікова категорія 25-29 років – 27,6%.

Найбільше пиво споживають чоловіки – 55,2%, на жінок припадає – 40,8%, проте більшість із них рідко вживають хмільний напій.

Розмір середньомісячного доходу у опитуваних знаходиться у 3-х категоріях: 24,8% – 3.5–5.5 000 грн.; 23,8% – 10 000 грн. і більше; 22,9% – 6–9 000 грн.

Як відомо, одним із основних критеріїв безпечного для споживання продукту є його якість, яка забезпечується не лише технологією виробництва, але й умовами зберігання продукції та типом упаковки. Термін між розлиттям хмільного напою в тару та його доставкою до кінцевого покупця може бути доволі тривалим. Тому важливо розливати пиво у якісну посуду, бо за цей період продукт може змінити свій смак, оскільки ще триває процес бродіння.

За результатами дослідження український споживач при виборі тари найчастіше вибирає скляну або ПЕТ-пляшки (72,7%), на другому місці – 40,4% – пиво на розлив.

Важливим було визначити, яке пиво смакує українцям найбільше. Дослідження показало, що найбільше споживачам смакує живе пиво, це відмітило 41,8% опитуваних, на другому місці – світле (38,8%), на третьому – не фільтроване (29,6%). Незважаючи на те, що сьогодні надзвичайно популярним є крафтове пиво, йому віддало перевагу лише 9,2% споживачів.

На запитання «Які критерії є найважливішими для Вас при виборі пива?», усі респонденти відповіли, що найважливішим критерієм є якість, на другому місці – престиж марки, на третьому – ціна. Реклама та можливість отримати подарунок майже не впливають на вибір споживачів.

В анкеті ми подали декілька відомих світових виробників пива та малих незалежних пивоварень, серед яких респонденти обирали ті, які люблять

найбільше та споживають найчастіше. Результати показали, що найчастіше тернопільяни обирають пиво Малих незалежних пивоварень (66,7%), а саме ТОВ «Микулинецький Бровар» (50%) та ВАТ «Опілля» (79,3%). На другому місці пиво «Першої приватної броварні» – 30,2%, а на третьому – «Carlsberg Ukraine» (26%).

При проведенні опитування найважливішим було визначити, як респонденти відносяться до продукції ТОВ «Микулинецький Бровар» та яке пиво найчастіше обирають. Аналіз даних показав, що найбільше респондентам смакує Медове пиво, його відзначило 42,7% опитуваних. Воно справді є унікальним продуктом, бо немає аналогів в Україні. На другому місці – Жигулівське – 36,6%, третю позицію розділили Микулин – 19,5% та Radler-Лимон – 18,3 %. Найменше смакує пиво під назвою «Дністер», «Вища Проба» та «Strong» міцне, лише 1,2% респондентів його обирають та 2,4 % споживачів обирають пиво «Троян».

На основі отриманих результатів, керівництву ТОВ «Микулинецький Бровар» необхідно проаналізувати витрати на виробництво та збут вище зазначених марок пива, які займають найнижчу позицію, і вирішити доцільність випуску даної продукції.

Для формування конкурентної переваги підприємства, необхідно проаналізувати діяльність його основних конкурентів.

За даними українських аналітиків вітчизняний ринок пива насичений не повністю, а лише на 80%, а частка живого пива ще менша, а тому висока якість цього продукту є підставою для конкурентної боротьби за певний сегмент ринку не лише в Тернополі та області, а й за її межами.

Зазначимо, що згідно статистичних даних, споживання хмільного напою на одного жителя України за рік складає 61,6 літрів, що в 1,5 рази менше проти країн Європи. Враховуючи позитивну динаміку в споживанні пива можна розраховувати, що цей показник до кінця 2017 року може зростати в 0,5–1,5 рази.

Необхідно врахувати, що в Західному регіоні України потенційними споживачами хмільного напою є щонайменше 38 % населення, а аналіз пивного ринку експертами показав, що в 2010 році він виріс на 4,5%, в 2011 р. на 5%, а в 2016 році на 10%.

Аналізуючи стан ринку пива в Україні ми показали, що лівову частку на ньому займають корпорації, лідером серед яких є компанія Carlsberg Ukraine, яка займає 30,8% ринку. Проте в країні намітилася виразна тенденція до появи підприємств середньої потужності, які займають саме той територіальний сегмент ринку на якому вони локалізуються. Ці компанії роблять акцент на якості пива та його смаку, що дає можливість споживачам впізнати хмільний напій та сприяє його популярності.

Згідно проведеного нами дослідження «Пивні вподобання українців» прямим конкурентом ТОВ «Микулинецький Бровар» є Тернопільська пивоварня «Опілля», яка виробляє та постачає пиво в аналогічному ціновому діапазоні та орієнтована на даний сегмент ринку.

Загалом, результати проведених досліджень дозволили виявити слабкі сторони досліджуваного підприємства та розробити низку рекомендацій щодо покращення його діяльності та формуванню конкурентних переваг.