

Економіка

УДК 663.4 (477.53)

Дячков Дмитро Володимирович

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту*

Полтавська державна аграрна академія

Дячков Дмитрий Владимирович

*доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры менеджмента*

Полтавская государственная аграрная академия

Diachkov Dmytro

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,

Professor of Public Management

Poltava State Agrarian Academy

ORCID: 0000-0002-2637-0099

Горбатюк Людмила Михайлівна

кандидат економічних наук

Полтавська державна аграрна академія

Горбатюк Людмила Михайловна

кандидат экономических наук,

Полтавская государственная аграрная академия

Horbatiuk Liudmyla

Candidate of Economics

Poltava State Agrarian Academy

ORCID: 0000-0002-6142-8233

Мамчич Ігор Сергійович

здобувач вищої освіти спеціальності «Менеджмент»

Полтавської державної аграрної академії

Мамчич Игорь Сергеевич

соискатель высшего образования специальности «Менеджмент»

Полтавской государственной аграрной академии

Mamchych Ihor

Graduate of the Specialty of Management

Poltava State Agrarian Academy

**УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ
АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО
СЕРЕДОВИЩА**

**УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ
АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ
КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ**

**MANAGEMENT ASPECTS OF THE ENTERPRISES OF AGRI-FOOD
MARKET DEVELOPMENT IN A COMPETITIVE ENVIRONMENT**

***Анотація.** У статті розглянуто основні тенденції розвитку українського ринку пива. Зокрема, виокремлено найбільш потужний пивзавод Полтавщини – ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» та обґрунтовано основні види його діяльності: виробництво пива, безалкогольних напоїв, квасу (реалізація здійснюється лише у літній період), мінеральних вод та інших видів води, роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах. Досліджено обсяги реалізації продукції підприємства протягом 2017-2019 рр. та головні привілеї: доступні ціни, висока якість продукції та широкий асортимент: 10 найменувань пива, 14 видів безалкогольних напоїв та хлібний квас. Визначено основних конкурентів товариства, а саме таких виробників, як: «AB InBev Україна» (його торгові марки («Чернігівське», «Рогань», «Янтар», «Рогань», «Staropramen», «Bud»), «Carlsberg Ukraine» (торгові марки «Львівське», «Балтика»), «Оболонь» (торгові марки*

«Оболонь», «Nike», «BeerMix»), Альянс «Efes i SABMiller» (торгові марки Сармат, «Жигулівське», «Добрий Шубін»), Альянс «ППБ i Oasis CIS» (ТМ «Перша приватна броварня», «Галицька корона», «Жигулі i Барне», «Закарпатське», Stare Misto). Визначено головні фактори, які впливають на ефективний розвиток пивоварної галузі: заборона на рекламу пивної продукції, купівельна спроможність населення, сезонність виробництва, введення ліцензування на торгівлю пивними напоями, підвищення цін на сировину, стан економіки країни. Окреслені основні перспективи розвитку галузі: посилення комунікаційної діяльності шляхом активної рекламної політики, нових місць продажу, освоєння сегменту ринку крафтового пива, впровадження новітніх ресурсо- та енергозберігаючих технологій на виробництві, що забезпечить зниження собівартості готової пива та розширення асортиментного портфелю.

Ключові слова: аграрна промисловість, конкурентоспроможність, менеджмент, підприємство, ринок пива, тенденції розвитку, управління в сфері конкуренції.

Аннотація. В статье рассмотрены основные тенденции развития украинского рынка пива. В частности выделены наиболее мощный пивзавод Полтавщины – ЗАО «Фирма «Полтавпиво» и обоснованы основные виды его деятельности: производство пива, безалкогольных напитков, кваса (реализация осуществляется только в летний период), минеральных вод и других видов воды, розничная торговля напитками в специализированных магазинах. Исследованы объемы реализации продукции предприятия в течение 2017-2019 гг. И главные привилегии: доступные цены, высокое качество продукции и широкий ассортимент: 10 наименований пива, 14 видов безалкогольных напитков и хлебный квас. Определены основных конкурентов общества, а именно таких производителей, как: «AB InBev Украина» (его торговые марки

(«Черниговское», «Рогань», «Янтарь», «Рогань», «Staropramen», «Bud»), «Carlsberg Ukraine» (торговые марки «Львовское», «Балтик»), «Оболонь» (торговые марки «Оболонь», «Nike», «BeerMix»), Альянс «Efes i SABMiller» (торговые марки Сармат, «Жигулевское», «Добрый Шубин»), Альянс «ППБ и Oasis CIS» (ТМ «Первая частная пивоварня», «Галицкая корона», «Жигули и Барное», «Закарпатское», Stare Misto). Определены главные факторы, влияющие на эффективное развитие пивоваренной отрасли: запрет на рекламу пивной продукции, покупательная способность населения, сезонность производства, введение лицензирования на торговлю пивными напитками, повышение цен на сырье, состояние экономики страны. Очерчены основные перспективы развития отрасли: усиление коммуникационной деятельности путем активной рекламной политики, новых мест продажи, освоение сегмента рынка крафтовой пива, внедрение новейших ресурсо- и энергосберегающих технологий на производстве, обеспечит снижение себестоимости готовой пива и расширение ассортиментного портфеля.

Ключевые слова: аграрная промышленность, конкурентоспособность, менеджмент, предприятие, рынок пива, тенденции развития, управления в сфере конкуренции.

Summary. The main tendencies of development of the Ukrainian beer market are considered in the article. In particular, the most powerful brewery in Poltava region - PJSC «Firm «Poltavpivo» was singled out and the main types of its activity were substantiated: production of beer, soft drinks, kvass (sold only in summer), mineral waters and other waters, retail sale of beverages in specialized stores. The volumes of sales of the company's products during 2017-2019 and the main privileges are studied: affordable prices, high quality products and a wide range: 10 types of beer, 14 types of soft drinks and bread kvass. The main competitors of the company have been identified, namely such

manufacturers as: «AV InVev Ukraine» (its trademarks («Chernihivske», «Rogan», «Yantar», «Rogan», «Staropramen», «Bud»), «Carlsberg Ukraine» (Trademarks «Lvivske», «Baltika»), «Obolon» (trademarks «Obolon», «Nike», «BeerMix»), Alliance «Efes and SABMiller» (trademarks Sarmat, «Zhiguli», «Good Shubin»), Alliance PPB and Oasis CIS» (TM «First Private Brewery», «Galician Crown», «Zhiguli and Barne», «Transcarpathian», Stare Misto). The main factors influencing the effective development of the brewing industry are identified: ban on advertising of beer products, purchasing power of the population, seasonality of production, introduction of licensing for trade in beer drinks, rising raw material prices, the state of the economy. The main prospects for the development of the industry are outlined: strengthening communication activities through active advertising policy, new outlets, development of the craft beer market segment, introduction of new resource- and energy-saving technologies in production, which will reduce the cost of finished beer and expand the product portfolio.

Key words: agricultural industry, beer market, competition management, competitiveness, development trends, enterprise, management.

Постановка проблеми. Динаміка глобалізації, швидкий розвиток інформаційних та комунікаційних технологій, зменшення життєвого циклу продукту, пришвидшення змін потреб клієнтів та ринкових процесів, призводять до зміни структури та умов функціонування системи управління всіма компонентами виробничих систем. Суб'єкти господарювання агропродовольчого сектору є перспективним напрямом розвитку вітчизняної економіки, проте в сучасних умовах недостатньо дослідженими залишаються питання стосовно створення моделей управління, які забезпечать довгострокову конкурентоспроможність та розвиток підприємств, що враховують специфіку періоду трансформації економіки України, галузевий напрям та спрямованість. В свою чергу,

формалізація бізнес-процесів підприємств агропродовольчого сектору за допомогою розробки новітньої моделі забезпечує конкурентоспроможність, яка необхідна для проведення змін їх діяльності без втрати контролю над бізнесом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Пивна індустрія України, яка є частиною агропромислового сектору, виступає досить потужним складником харчової промисловості. Виготовленням пива в країні займаються як міжнародні компанії, так і невеликі пивоварні, що успішно розвиваються: Театр пива «Правда», «Ципа», Collider, Bierwelle, Varvar та багато інших [7, с. 104]. Їх частка на ринку становить близько 6 % [1, с. 21] та поступово зменшується. Адже, більшість з них не в змозі знайти своє місце на українському ринку через відсутність власної мережі збуту, неякісний менеджмент, низьку ефективність інноваційної діяльності тощо. Такі пивоварні або припиняють свою роботу, або ж поглинаються великими підприємствами.

Основні аспекти діяльності підприємств пивоварної галузі України, виявлення проблем управлінського характеру, напрями підвищення їх ефективності та конкурентоспроможності присвячені роботи вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: Л. Бичікової [1], О. Осокіної, О. Петухової [5], Т. Ратошнюка [6], Л. Сороки [7], А. Федорчука [8], Н. Яблонської [10]. Разом з тим, дослідження основних тенденцій розвитку пивного ринку в Україні залишається досить актуальним, що потребує формування інноваційних моделей управління конкурентоспроможністю зазначених суб'єктів агропродовольчого сектору.

Метою статті є аналіз тенденцій розвитку підприємств агропромислового ринку на прикладі пивного ринку в Україні та визначення моделі управління конкурентоспроможністю підприємств пивоварної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах сьогодення пивна галузь в Україні є одним з інвестиційно-привабливих секторів економіки. Незважаючи на складну економічну ситуацію в Україні, пивний ринок перебуває на стадії динамічного розвитку [1]. Пиво користується значним попитом серед споживачів, тому обсяги його виробництва зростають. Вкладати кошти в галузь є досить перспективно. Виробництво пива є досить рентабельним не лише для інвесторів та безпосередніх виробників, а й для держави, оскільки пивоварні підприємства являються великими платниками податків.

У порівнянні з європейськими ринками, український ринок пива є ще досить молодий, а отже, відкритий для експериментів. В Україні споживання пива на сьогоднішній день досягає лише 65 л на душу населення, що значно нижче споживання пива в європейських країнах. Для прикладу: в Чехії цей показник сягає 125 л, в Німеччині – 180 л [6].

За даними агентства «KOLORO» на сьогоднішній день Україна випускає 20 ліцензійних брендів пива, близько 400 сортів пива і експортує хмільний напій в 42 країни [8]. Аналіз ринку пивної продукції країни станом на кінець 2020 р. засвідчив наступні тенденції його розвитку (табл. 1).

Таблиця 1

Основні тенденції розвитку ринку пива в Україні

№ п/п	Характеристика основних тенденцій
1.	Разом з погіршенням добробуту населення знижуються обсяги споживання пива.
2.	Відбувається поляризація споживчих переваг: скорочується споживання пива середньо цінового сегмента, в той час як преміальному і економ-сегменті спостерігається зростання продажів.
3.	Зберігається жорстка конкуренція з виробниками сильного алкоголю (як на рівні лобювання своїх інтересів на законодавчому рівні, так і в інформаційному просторі).
4.	Змінюється культура споживання алкоголю в Україні, так, українці почали віддавати перевагу пиву (частка в загальному обсязі споживання алкоголю збільшилася на 25 %, та менше споживати горілчаних виробів (частка знизилась на 18 %).
5.	Стабільним залишається ринок безалкогольного пива. В останні роки обсяг його виробництва істотно не змінюється і в середньому становить 5 млн дал. на рік.

Джерело: сформовано на основі [5]

Одним з підприємств, зайнятих у галузі виробництва та реалізації пива та безалкогольних напоїв, продукція якого відмінно зарекомендувала себе на українському ринку пива, квасу і солодких напоїв та користується популярністю не тільки в місті, а у всіх регіонах країни є ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

Фірма має вузький рівень спеціалізації та займається виготовленням алкогольних, безалкогольних напоїв та мінеральних вод (рис. 1).

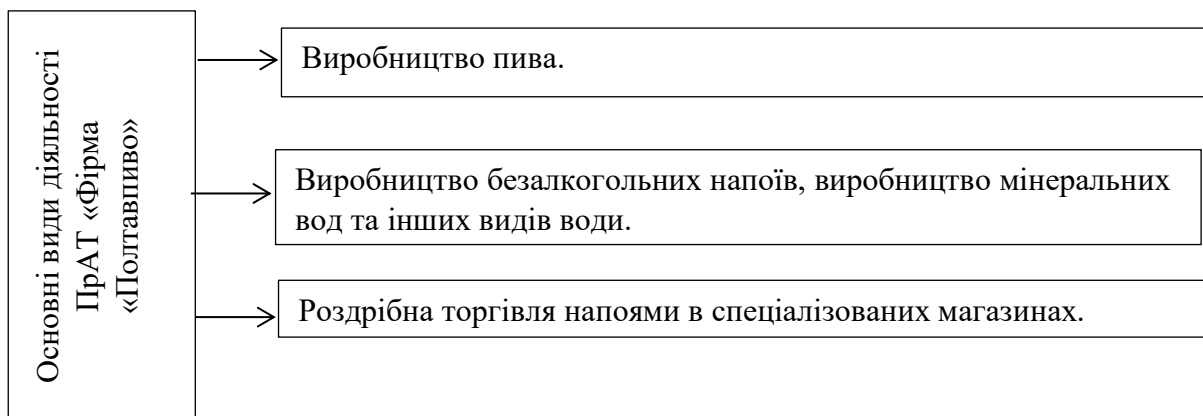


Рис. 1. Основні види діяльності ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»

Основною метою діяльності товариства є задоволення потреб населення в пивній та безалкогольній продукції, раціональне використання виробничих потужностей, а також виробництво ячмінного солоду – головної сировини для варіння пива високої якості, із застосуванням класичних технологій пивоварів Чехії, Німеччини та Данії.

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» має власну артезіанську свердловину. М'яка місцева вода з свердловини, в комплексі з сучасною технологією і натуральними інгредієнтами надає пиву особливий гармонійний смак та робить продукцію полтавського заводу впізнаваною на ринку пива [2].

Організацією та контролем виробничого процесу на підприємстві займаються 7 відділів підприємства: енерго-механічна служба; відділ загальних питань; виробнича лабораторія; служба наладки обладнання; служба виробництва; служба управління персоналом та планово-

економічний відділ.

ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» постійно розширює та щорічно оновлює асортимент продукції. На сьогоднішній день фірма пропонує споживачам 10 найменувань пива, хлібний квас та 14 видів безалкогольних напоїв (табл. 2). Кожен з видів продукції має свій особливий, оригінальний, гармонічний смак та аромат.

Досить помітно впливають на ефективність діяльності досліджуваного підприємства сезонні зміни, адже виробництво пива і безалкогольних напоїв влітку зростає в декілька разів, у порівнянні з зимовим періодом. Так, наприклад, підприємство виготовляє хлібний квас «Полтавський хлібний», проте реалізує його лише в літній період.

Таблиця 2

Асортимент продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», 2021 р. [2]

№ п/п	Види продукції	Назва
1.	Пиво	Диканські вечори, Бочкове, Жигулівське, Ячмінний колос, Ай-Нікола, Rigas, Полтавський класік, Нефільтроване солодове, Діжка розливного, Діжка свіжого.
2.	Квас	Квас хлібний «Полтавський хлібний».
3.	Напої	Тьотя Груша, Лимонадний Джо, Мохіто, Тархун, Полтавське Буратіно, Екстра-Сітро, Полтава Байкал, ЛимонадоВо «Груша», ЛимонадоВо «Лимонад», ЛимонадоВо «Вишня», ЛимонадоВо «Тархун», ЛимонадоВо «Апельсин».

Загальний обсяг реалізації алкогольних напоїв ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» протягом 2017-2019 рр. зменшилася на 189,6 тис. дал або 5 %, безалкогольних напоїв та квасу, навпаки, збільшилася на 167,3 тис. дал або 37,7 % та 5,3 тис. дал або 7,4 % відповідно (табл. 3).

Таблиця 3

Обсяги реалізації продукції ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», 2017-2019 рр.

Показники	Роки			2019 р. у % до 2017 р.
	2017	2018	2019	
Алкогольні напої, тис. дал	3792,3	3401,9	3602,7	95,0
Безалкогольні напої, тис. дал	444,1	585,5	611,4	137,7
Реалізація квасу, тис. дал	67,5	62,3	72,8	107,4

Головними привілеями, за допомогою яких ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» завоювало прихильність серед споживачів є: доступні ціни, висока якість продукції та широкий асортимент.

Аналіз конкурентного стану ринку пива в Україні свідчить про його висококонсолідованість. Основна конкурентна боротьба ведеться серед п'ятірки компаній-лідерів з виробництва пива: «AB InBev Україна», «Carlsberg Ukraine», «Оболонь», Альянс «Efes і SABMiller» та Альянс «ППБ і Oasis CIS». Більш ніж 85 % пива представлено трьома компаніями-мультибрендами «AB InBev Україна», «Carlsberg Ukraine» та київським «Оболонем». Зазначені компанії являються основними конкурентами ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» (табл. 4).

Таблиця 4

Найбільші конкуренти ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», 2020 р.

[1, с. 21; 3; 4]

№ п/п	Найбільші конкурента	Його торгові марки
1.	«AB InBev Україна»	«Чернігівське», «Рогань», «Янтар», «Рогань», «Staropramen», «Bud»
2.	«Carlsberg Ukraine»	«Львівське», «Балтика»
3.	«Оболонь»	«Оболонь», «Nike», «BeerMix»
4.	Альянс «Efes і SABMiller»	Сармат, «Жигулівське», «Добрий Шубін»
5.	Альянс «ППБ і Oasis CIS»	ТМ «Перша приватна броварня», «Галицька корона», «Жигулі і Барне», «Закарпатське», Stare Misto

У табл. 5 порівняючи середньооблікову чисельність ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» та його основних конкурентів з'ясували, що чисельність працівників досліджуваного товариства та ПАТ «Оболонь» протягом 2017-2019 рр. зросла, на відміну від ПрАТ «Карлберг Україна», де спостерігаємо негативну тенденцію до зменшення загальної чисельності працівників протягом досліджуваного періоду на 40 ос. або 0,7 %.

Таблиця 5

**Порівняння середньооблікової чисельності працівників
ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» та його основних конкурентів,
2017-2019 рр., ос.**

Показники	Роки			2019 р. у % до 2017 р.
	2017	2018	2019	
ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»	271	274	274	101,1
ПАТ «Оболонь»	7582	7563	7603	100,3
ПрАТ «Карлберг Україна»	5611	5568	5571	99,3

На думку дослідниць А. Малацковської та М. Яблонської, найважливішими проблемами розвитку на сучасному ринку пива є вартість та якість сировини. Більшість українських пивоварень та всі іноземні пивні компанії в Україні імпортують ячмінь та хміль із-за кордону, адже українські аналоги не відповідають міжнародним стандартам якості. Наслідком цього є не лише великі витрати на сировину, а й труднощі з її доставкою [10].

Одним з перспективних напрямів розвитку пивоварних підприємств є створення оригінальних сортів пива. В Україні стрімко зростає популярність крафтового пива. Якщо 10 років тому крафтових пивоварень в країні було лише 12, то на сьогоднішній день їх налічується більш ніж 150. На думку знавців крафтове пиво – це пиво, зварене за класичною технологією з води, солоду та хмелю з додаванням у його рецептуру інших інгредієнтів: спецій, трав, ягід, фруктів тощо. Крафтове пиво – це політ фантазії, творчий порив броваря, який його створив [9].

Отже, сучасний стан економіки, значне зниження купівельної спроможності населення, різноманітність сортів пива і торгових марок вимагають посилення комунікаційної діяльності підприємств-виробників пива, що передбачає: активну рекламну політику, нові місця продажу, впровадження новітніх ресурсо- та енергозберігаючих технологій на виробництві, що забезпечить зниження собівартості пива та значне

розширення його асортименту (виготовлення крафтового пива), а зазначене досягається завдяки формуванню інформаційних моделей управління конкурентоспроможністю підприємства.

Отже, для посилення конкурентоспроможності бізнес-процесів підприємств пропонується використовувати матричну модель, особливістю якої є те, що сформована матриця надає можливість визначати завдання рівня організаційного підрозділу, які групуються як за функціональним (за предметом діяльності) або процесним (за результатом) принципом, так і за ситуацією на ринку. Основні бізнес-процеси розподіляються на підсистеми за наступними класифікаторами:

— класифікатор продуктової системи: а) підсистема, що здійснює взаємодію з макросередовищем (ринком споживачів); б) підсистема формування цінності — одна з основоположних понять в сучасному менеджменті. Сутність поняття «цінність» відображає твердження, що споживач, купуючи продукт оплачує не власне продукт, а суму необхідних йому споживчих якостей; в) підсистема інфраструктури продукту - підсистема, відповідальна за фізичний склад (інфраструктуру) продукту, яка надає йому якусь цінність;

— класифікатор ресурсної системи: а) підсистема, що здійснює взаємодію з макросередовищем (ринком постачальників); б) підсистема інфраструктури ресурсів; в) підсистема обслуговування (підтримки) ресурсів, що забезпечує безперебійне постачання і підтримку необхідних кількості та якості ресурсів.

Пропонована модель інноваційного управління конкурентоспроможністю суб'єктів агропродовольчого сектору відображена на рис. 2.

	Процес «дослідження ринку»	Процес «розробка модифікації» ринку»	Процес «прогнозування потреб, та їх впровадження можливостей ринку»	Процес «Виробництво»	Процес «Просування на ринок»	Процес «Відвантаження покупцю»	Процес «Продажу»
Ринок споживача	Ринок продуктів (галузь)			Індивідуальний споживач (клієнт)			
Підсистема «Взаємодії з ринком споживача»							
Підсистема «Цінність Продукту»							
Підсистема «інфраструктура продукту та склад продукту»							
Підсистема «обслуговування»							
Підсистема «інфраструктура склад ресурсів»							
Підсистема «забезпечення ресурсами»							
Ринок постачальників	Ринок ресурсів (галузь)			Постачання ресурсів (окремі підприємства)			

Рис. 2. Пропонована модель інноваційного управління конкурентоспроможністю суб'єктів агропродовольчого сектору

Отже, ієрархія, послідовність вирішення завдань, їх пріоритетність та спрямованість інформаційних потоків відображені на моделі. Пропонована матрична модель дозволяє застосовувати три основних типи формування організаційної структури (процесний, функціональний та матричний)

практично одночасно, в залежності від особливостей організації виробничого процесу і стратегій розвитку підприємства. Формування й визначення діяльності на рівні відділів відбувається шляхом накладення стратегічних цілей підприємства і обсягів витрат на випуск продукції на отриману матрицю задач, в рамках чого надаються пріоритети тих чи інших напрямках діяльності, компетенцій та результатів роботи. Управління виробничими підрозділами може проводитися через застосування трьох управлінських процесів: визначення результатів виконання завдання; визначення ресурсів для виконання завдання; визначення послідовності робочих процедур. Матрична модель дозволяє моделювати діяльність практично будь-якого суб'єкту агропродовольчого сектору. Особливістю підходу є можливість як об'єднувати завдання (за процесам і за системами), так і залишати їх у одиничному виконанні.

Література

1. Бичікова Л. А. Стан та особливості розвитку ринку пивоварної промисловості. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 5. Т. 1. С. 20-23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2016_5%281%29__6
2. Офіційний сайт Полтавпиво (ПрАТ «Фірма «Полтавпиво»). URL: <http://poltavpivo.com/ua/production/list#napitki>. (дата звернення 02.04.2021 р.).
3. Офіційний сайт Оболонь. URL: <https://obolon.ua/ua>. (дата звернення 14.02.2021 р.).
4. Офіційний сайт Carlsberg Ukraine. URL: <https://carlsbergukraine.com/> (дата звернення 14.02.2021 р.).
5. Петухова О. М., Римаренко М. К. Аналіз та перспективи розвитку пивоварної галузі України. *Ефективна економіка*. 2015. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4373>. (дата звернення 02.04.2021 р.).

28.03.2021 р.).

6. Ратошнюк Т. М. Перспективи розвитку хмелярства України в контексті євроінтеграційних процесів. *Економіка АПК*. 2008. № 4. С. 59-62.
7. Сорока Л. М., Іваненко І. В. Дослідження стану та перспектив розвитку пивоварної галузі України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. Випуск 5 (16). С. 102-105.
8. Федорчук А. Маркетинговое исследование рынка пива в Украине. URL: <http://koloro.ua/blog/issledovaniya/marketingovoe-issledovanie-rynka-piva-v-ukraine.html>. (дата звернення 28.03.2021 р.).
9. Що таке крафтове пиво? URL: <https://www.pravda.beer/pravda>. (дата звернення 24.03.2021 р.).
10. Яблонська Н., Малацковська О. Сучасні тенденції та проблеми розвитку пивного ринку України. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2014. Вип. 8. С. 220-228. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2014_8_24.

References

1. Bychikova L. A. Stan ta osoblyvosti rozvytku rynku pyvovarnoji promyslovosti. Visnyk Khmeljnyckogho nacionaljnogho universytetu. 2016. no 5. T. 1. P. 20-23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2016_5%281%29__6
2. Ofitsiyni sait Poltavpyvo (PrAT «Firma «Poltavpyvo»). URL: <http://poltavpyvo.com/ua/production/list#napitki>. (data zvernennia 02.04.2021 r.).
3. Ofitsiyni sait Obolon. URL: <https://obolon.ua/ua>. (data zvernennia 14.02.2021 r.).
4. Ofitsiyni sait Carlsberg Ukraina. URL: <https://carlsbergukraine.com/> (data zvernennia 14.02.2021 r.).

5. Pietukhova O. M., Rymarenko M. K. Analiz ta perspektyvy rozvytku pyvovarnoi haluzi Ukrainy. Efektyvna ekonomika. 2015. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4373>. (data zvernennia 28.03.2021 r.).
6. Ratoshniuk T. M. Perspektyvy rozvytku khmeliarstva Ukrainy v konteksti yevrointehratsiinykh protsesiv. Ekonomika APK. 2008. № 4. S. 59-62.
7. Soroka L. M., Ivanenko I. V. Doslidzhennia stanu ta perspektyv rozvytku pyvovarnoi haluzi Ukrainy. Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia, 2018. Vypusk 5 (16). S. 102-105.
8. Fedorchuk A. Marketynhove yssledovanye rynku pyva v Ukrayne. URL: <http://koloro.ua/blog/issledovaniya/marketingovoe-issledovanie-rynka-piva-v-ukraine.html>. (data zvernennia 28.03.2021 r.).
9. Shcho take kraftove pyvo? URL: <https://www.pravda.beer/pravda>. (data zvernennia 24.03.2021 r.).
10. Yablonska N., Malatskovska O. Suchasni tendentsii ta problemy rozvytku pyvnoho rynku Ukrainy. Naukovyi visnyk Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu. 2014. Vyp. 8. S. 220-228. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2014_8_24.