*В. Ю. Кузіна,
аспірант кафедри маркетингу, підприємництва і організації виробництва,
Харківський національний аграрний університет імені В. В. Докучаєва, Україна
ORCID ID:0000-0002-6944-9194*

DOI: 10.32702/2306-6806.2020.2.127

ТРАНСФОРМАЦІЯ СОЛОДОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ НА ШЛЯХУ ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ

*V. Kuzina,
Postgraduate student of the Department of Marketing, Entrepreneurship and Production
Organization, Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchaev, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-6944-9194*

TRANSFORMATION OF THE MALT INDUSTRY OF UKRAINE ON THE WAY TO INTEGRATION INTO THE EUROPEAN ECONOMIC SPACE

У статті досліджено стан солодової галузі України на шляху інтеграції в європейський економічний простір у тісному зв'язку з пивоварним виробництвом та аграрним сектором економіки, з'ясовано чинники впливу на динаміку її розвитку, визначено роль, засади і принципи інвестиційної та виробничої діяльності іноземних солодових корпорацій на теренах України.

Підвищення ефективності виробництва солоду, як вбачає автор, окрім докорінної модернізації виробничих потужностей підприємств потребує постійного вдосконалення механізму взаємовідносин з сільгосппідприємствами на принципах партнерства, інвестиційної підтримки та сумісно цілеспрямованої діяльності на досягнення європейської якості ячменю.

На основі викладеного автор робить висновок про те, що інтеграція українського виробника солоду в європейський простір сприяє не лише створенню конкурентоздатного виробництва, органічно вписаного у систему міжнародного поділу ринку на основі покращення якісних параметрів солоду до рівня міжнародних стандартів, а й підвищенню прибутковості підприємств з виробництва ячменю і солоду, розширенню можливостей з експорту пивоварного ячменю, більш динамічному виходу на зовнішній ринок і солоду, і пива, створенню нових робочих місць, значного збільшення надходження коштів до державного та місцевих бюджетів.

The article investigates the state of the malt industry in Ukraine on its path to integration into the European economic space in close connection with the brewing industry and the agrarian sector of the economy, the factors of influence on the dynamics of its development, the role, concepts and principles of investment and production activities of foreign malting corporations in Ukraine.

The urgency of the chosen topic, as we state here, determines the unique experience of adaptation of world corporations for the production of mal in Ukraine. And, thanks to the adoption of international practices, in record time they radically modernized the existing domestic production facilities, built the most modern malt plants, and introduced new technologies for quality management, both in the production of malt and in the cultivation of barley in agricultural enterprises. This experience is worthy of detailed study and dissemination among domestic processing enterprises, which work closely with the agricultural producer.

Through the close contact with the managers of foreign companies that directly implemented the European experience during the restoration of the industry in Ukraine, we were able to successfully explore the nature of problems in the organization of malt production in Ukraine at the regional level, and identify the potential opportunities of the producer of domestic malt and territorial borders of commodity markets.

In this paper, we also state that improving the efficiency of malt production, besides thorough modernization of the production capacities of enterprises, requires a continuous improvement of the mechanism of relations with agricultural enterprises on the principles of partnership, investment support and jointly focused activity to achieve European quality of barley.

Finally, we conclude that the integration of the Ukrainian malt producer in the European space contributes not only to the creation of competitive production, organically integrated into the system of international division of the market on the basis of improving the qualitative parameters of malt to the level of international standards,

but also to increasing the profitability of the enterprises of barley production and malt, expanding the ability to export brewery barley, more dynamic entry into the foreign market and malt and beer, creation of new jobs, and a significant increase of inflows to the state and local budgets.

Ключові слова: ячмінь, солод, пиво, виробництво, експорт, інтеграція, європейська якість.
Key words: barley, malt, beer, production, export, integration, European quality.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Пріоритетним вектором зовнішньоекономічного розвитку України є концентрація зусиль до євроінтеграції, яка ґрунтується на тому, що ЄС є головним регіональним ринком у сучасній світовій економіці, справляє істотний вплив на загальну її динаміку і структурні зрушення, зберігає великий інвестиційний потенціал, постає одним з провідних світових центрів інновацій, має значний рівень контролю над процесами прийняття рішень стосовно регулювання світової економіки.

Інтеграція українського товаровиробника в європейський простір вимагає створення конкурентоздатних галузей виробництва, органічно вписаних у систему міжнародного поділу ринку, дотримання жорстких вимог не лише міжнародних домовленостей із номенклатури продукції, а й першочергового забезпечення якості її у відповідності до міжнародних стандартів.

АНАЛІЗ АКТУАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Вивченню сутності, проблем організації ефективного виробництва солоду в Україні на регіональному рівні присвячена велика кількість наукових досліджень вітчизняних економістів Сташейко В.І., Шмаглія О.Б., Маслака В.О., Лупенко Ю. О., Шпичака О. М., Гончарова С.І., Ільченко О. І., Тюхи В.І., Коренькової Г.М. та ін. Вирішення проблем формування та розвитку кооперації в Україні знайшли відображення в працях Зіновчука В.В., Кропивки М.І., Саблука П.Т.

Водночас потребують подальшого висвітлення досвід ефективної адаптації світових корпорацій з виробництва солоду в Україні, особливості їх управлінсько-господарської діяльності, шляхи підвищення ефективності виробництва солоду в першу чергу за рахунок дотримання вимог з якості продукції, механізм партнерських стосунків між виробниками сільськогосподарської продукції, солоду та пива саме в контексті нерозривного взаємозв'язку та взаємозалежності цих галузей як на ринку сировини, так і у виробничій сфері.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою цього дослідження, поряд з вивченням стану виробництва солоду в Україні, розкриттям механізму формування взаємовідносин між виробниками солоду та ячменю, є визначення ролі іноземного капіталу та можливих наслідків інтеграції, пошук найбільш сприятливих напрямків підвищення ефективності і конкурентоспроможності вітчизняного солодового виробництва та поширення досвіду ефективної міжнародної співпраці.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

В Україні працює більше ста пивоварень, з них великих та середніх за розміром — два десятка, інші — міні та мікропідприємства. Після десятиліть застою внаслідок антиалкогольної компанії 1980-х років, пивоварна галузь набула відчутного поживлення тільки із 1998 року, досягнувши виробництва пива в 70 млн дал., а вже у 2008 році змогла збільшити його вчетверо, до пікового обсягу в 320,3 млн дал., (по 69 літрів пива на українця) [1]. Це був найпродуктивніший рік для виробників пива (рис. 1).

Наприкінці 2013 року розпочався новий етап спаду його виробництва, обумовлений наступними чинниками:

- девальвація гривні на початку 2015 року та удар інфляції і, як наслідок, зниження платоспроможного попиту населення;

- жорстка фіскальна політика держави — підвищення ставки акцизу у 2014 р. на 42,5%, а у 2016 р. — на 100%, та підвищення податку на хмелярство з 1% до 1,5%, що посилює стагнацію пивної галузі, завадило стабілізації ринку та призвело, відповідно, до зростання реалізаційних цін на напій;

- експортні "війни" з боку Росії та ліцензування поставок пива Білорусією, які до 2014 року були головними споживачами українського пива, відповідно 50% і 20% річного обсягу реалізації;

- втрата вагомих внутрішніх ринків збуту внаслідок анексії Криму (від 6 до 8% річного обсягу реалізації продукції українських пивоварів) та військові дії на Сході країни;

- нестабільність політичної ситуації в країні, яка стримує інвестиційну та виробничу активність міжнародних компаній виробників пива в Україні;

- погіршують ситуацію заборона на рекламу пива, яка почала діяти з 1 липня 2015 року, правова та економічна нестабільність, а також адміністративний тиск.

Якщо на сьогодні нагальними для пивоварної галузі є вищезазначені питання, то на початку її відродження у 1998 році найважливішою проблемою стала відсутність на українському ринку сировини основних інгредієнтів для виробництва пива — хмелю та солоду, які б наближено відповідали вимогам європейських стандартів [2].

Україна, яка славиться своїми чорноземами і належить до країн світу зі сприятливими для вирощування пивоварного ячменю ґрунтовими і кліматичними умовами, внаслідок відсутності насіння сортів з високими солодовими властивостями, на жаль, отримувала з року в рік в більшості умовно "пивоварний" ячмінь. Існуючі солодові виробництва вимушені були здійснювати відбір ячменю на місцевому ринку фуражного зерна, яке досить часто мало недостатні ознаки пивоварної якості.

Окрім цього, обсяги виробництва вітчизняного солоду не задовольняли в повній мірі зростаючі потреби пивоварної галузі. Солодовим заводам, які почали розвиватися в 2000 році після періоду застою, вдалося зафіксувати сукупне виробництво лише на рівні 15 тис. тонн щомісячно. Річне виробництво солоду у 2001—02 рр.

Рис. 1. Динаміка виробництва пива в Україні: 1998—2018 рр.

Джерело: побудовано автором з використанням [1; 6; 8; 10].

Таблиця 1. Обсяги виробництва солоду та використання потужностей солодових підприємств України за 2008 (півковий) — 2019 рр., тис. тонн

	2008	2016	2017	2018	2019
Загальна потужність підприємств	510	535	535	535	535
Виробництво	466	288	337	345	294*
Використання потужності, %	91%	54%	63%	64%	55%

* за 10 місяців 2019 р.

Джерело: розраховано автором з використанням [3].

складо 152,8 та 173,3 тис. тонн або 77% до потреби 196 та 224,7 тис. тонн відповідно [3].

Національне виробництво солоду на той час представляли два спеціалізованих підприємства: в місті Славути Хмельницької області — завод компанії Baltic Beverages Holding потужністю 80 тис. тонн і завод в Бердичеві на 50 тис. тонн [4] та солодовня пивзаводу Sun Interbrew в Чернігові, потужністю 22 тис. тонн. Засоби і устаткування цих підприємств були фізично і морально зношені, дуже високими залишалися енергетичні витрати, використовувалася недосконала застаріла технологія виробництва солоду. Нестачу солоду для вітчизняного пивоваріння, з цих причин, частково покривалася за рахунок солодовень при пивоварних заводах, де все ж знаходили кошти для реконструкції. Солод на цих підприємствах з технічно застарілим обладнанням і технологіями був дорогий, неприпустимо низької якості, в результаті чого, не конкурентоздатним на сировинному ринку пивоварної галузі. Саме це спонукало українського пивовара значні обсяги непокритої нестачі його продовжували закуповувати за кордоном. Наслідком цього були не лише великі витрати на сировину, але й труднощі з її доставкою.

В Україні ж сировинна галузь пивоварного виробництва потребувала термінового докорінного реформування та значних фінансових вкладень, адже побудувати солодовню з річним обсягом виробництва 100 тисяч тонн, за розрахунками експертів, коштує близько \$ 30—40 мільйонів — в залежності від умов, технічних даних, місця.

Слід справедливо зазначити, що становленню солодової галузі в Україні в першому десятилітті нового сторіччя відбулося завдяки неймовірних зусиль іноземних інвесторів та вітчизняного виробника ячменю.

Починаючи з 2002 року, попередньо вивчивши стан та особливості національного бізнесу в сфері виробництва солоду, започаткували свою діяльність в цьому секторі пивоварної галузі України дві найбільші світові корпорації французького походження з виробництва солоду Soufflet і Malteurop. Це дало поштовх інноваційному розвитку національного виробника солоду: у 2009 році введено в дію найсучасніший український солодовий завод ПАТ "Оболонь" — виробничий підрозділ однойменної корпорації [4].

Ці три підприємства докорінно змінили ринок пивоварного ячменю та солоду, на інвестиційній основі модернізували виробничі потужності до рівня європейських стандартів, розробили і запровадили, з врахуванням місцевих умов, інноваційні технології в виробництві та обопільно вигідні взаємовідносини з сільгоспвиробниками.

У результаті модернізації сукупні потужності основних гравців на ринку солоду України оцінюються в 535 тис. тонн за розрахункової потреби 360 тис. тонн. За наявності перехідних запасів близько 100 тис. тонн виробництво солоду в ці роки становило 350—460 тис. тонн [3] (табл. 1).

Завантаженість виробничих потужностей солодових заводів цих корпорацій зі спадом пивоваріння в останні роки становить 65—75%, проте, за потреби, вони можуть збільшити своє виробництво за наявності достатньої кількості пивоварного ячменю на ринку [3]. Слід зазначити, що виробництво солоду за ці роки відповідає потребам і динаміці ринку пива.

Саме ці три ведучі компанії з частками від 25 до 40 відсотків на загальнодержавному ринку солоду, конкуруючи між собою ведуть боротьбу за ринок сировини і кожна з них має відпрацьований ринок збуту в Україні і за рубежом. Між виробниками/постачальниками існує конкуренція, оскільки споживач не обмежений у виборі постачальника, суб'єкти мають змогу брати участь у тендерах.

Територіальними межами товарних ринків більшої частини солоду є загальнодержавні ринки України. Тобто в рамках зазначеної діяльності відбувається вертикальна концентрація на ринках солоду.

За результатами проведеного аналізу ринку встановлено, що бар'єрами ефективною діяльності на внутрішньому ринку є: значні капіталовкладення під час будівництва заводів з виробництва солоду (такі витрати відсутні при імпорті продукції); адміністративні бар'єри (дозволи, ліцензії, атестати, свідоцтва, сертифікати та ін.); висока вартість залучення кредитних коштів в Україні; практика застосування політики низьких цін (демпінгування); висока собівартість виробництва та нерентабельність для виробництва малих обсягів; необхідність створення чи пошуку дистриб'юторської мережі.

Проте результати дослідження розподілу солодової продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках свідчать про існуючу в останні роки тенденцію зростання обсягів її експорту. За короткий час з 2014 року експорт солоду було нарощено в декілька разів з 16 тис. тонн до 142,7 тис. тонн у 2018 році на 56,7 млн USD, що становить біля третини від виробленого обсягу [5] (рис. 2).

Ринками попиту українського солоду є країни Південної Америки, Африки та близького Сходу. Основним імпортерами вітчизняного солоду є Ангола, Бразилія, Мексика, Туреччина, Молдова, Буркіна-Фасо з частками до 15 відсотків від загального обсягу [5].

Стосовно виходу на зовнішні ринки суттєвим бар'єром є: концентрація на Європейському ринку та його насиченість; висока вартість експортної логістики під час поставок до країн Азії, Африки та Південної Америки, порівняно з аналогічними витратами європейських постачальників; квота на імпорт до Європейського Союзу.

Виробнича і комерційна діяльність вищезазначених іноземних компаній здійснюється згідно законодавства України та нормативно-правових документів ЄС у поєднанні з внутрішньо-корпоративними інструкціями, процедурами, розпорядженнями та наказами.

Інтеграційні процеси вимагають особливої уваги щодо відповідності якості продукції міжнародним стандартам. На солодових заводах компаній за останні роки їх роботи в Україні впроваджена та сертифікована інтегрована система управління за міжнародними стандартами: ДСТУ ISO 9001:2001 (Системи управління якістю), ДСТУ ISO 22 000:2007 (Системи управління безпеністю харчових продуктів), ДСТУ ISO 14 001:2006 (Системи екологічного керування), ДСТУ-П OHSAS 18 001:2006 (Системи управління безпекою та гігієною праці), яка забезпечує відповідальність компанії перед персоналом, споживачами, суспільством та державою, надає дозвіл для продажу на ринку країн-членів СОТ та можливість відчувати себе рівним у середовищі світової спільноти.

Неабияких зусиль довелося докласти солодовим компаніям для вирішення доленосного для них питання — формування сировинної бази солодового виробництва. Компаніями Malteurop, Soufflet і "Оболонь", які домінують на ринку солоду, були започатковані та впроваджені спеціальні агропрограми, мета яких вирішення проблеми пивоварного ячменю в Україні у трьох нероздільних вимірах — якості, обсягу та ціні. Партнерство з сільгосппідприємством — виробником ячменю за цією програмою передбачає:

— гарантований ринок збуту обумовленої кількості вирощеного врожаю зерна ячменю для кожного з партнерів за заздалегідь визначеними цінами за ф'ючерсними і форвардними контрактами;

— щорічне забезпечення господарств високоякісним насінням перевірених на адаптованість до місцевих умов і зареєстрованих в Україні сортів ячменю пивоварного призначення від найвідоміших селекційних центрів Європи;

— пільгове постачання мінеральних та мікро— добрив, ретардантів та засобів захисту рослин під інноваційні технології вирощування ячменю;

— консультативне супроводження вирощування, впровадження елементів передового досвіду та досягнень науки;

— практичну допомогу в контролі за якістю врожаю зерна на всіх етапах виробництва та цільового використання;

Взаємовигідне партнерство міжнародних корпорацій з виробництва солоду і сільгоспвиробника допомагає йому зробити культуру ячменю високоприбутковою та конкурентоздатною, диверсифікувати ринок ячменю та надати поштовх для більш повного розкриття його експортного потенціалу, зробити вирощування ячменю вигідним та привабливим у довгостроковій перспективі.

Завдяки впровадженню солодовими компаніями цільових агропрограм виробництво пивоварного ячменю сортів європейської селекції, обумовлених виробником солоду у 2016—19 рр. складає близько 800 тис. тонн, що повністю забезпечує внутрішні потреби солодової галузі та експортні можливості країни. Довірчі дійсно партнерські взаємовідносини з сільгосппідприємствами стали обопільно вигідними, адже виробник солоду має можливість на всіх етапах вирощування, зберігання та закупівлі контролювати та впливати на якість ячменю, а сільгоспвиробник — насіння високоврожайних сортів з гарантовано стійкими солодовими властивостями. Інноваційні технології виробництва та прогнозований завчасно результат з надбавкою в ціні 20—25% порівняно з фуражним ячменем.

ВИСНОВКИ

Інтеграція національного виробника солоду до європейського ринку сприяє не лише підвищенню якісних параметрів виробництва кінцевого продукту його переробки — пива, значного розширення асортименту і задоволенню смакових вподобань споживачів, а й підвищенню конкурентоздатності агропідприємств з вирощування пивоварного ячменю, покращенню якісних параметрів солоду до рівня європейських стандартів, підвищенню прибутковості підприємств з виробництва ячменю і солоду, розширенню можливостей з експорту пивоварного ячменю, більш динамічному виходу на зовнішній ринок і солоду і пива, створенню нових робочих місць, значного збільшення надходження коштів до державного та місцевих бюджетів.

Література:

- Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
- Сташейко В.І., Шмаглій О.Б. Розвиток сировинної бази пивоваріння в Україні. Економіка АПК. 2013. № 9. С. 25—31.
- Офіційний сайт Приватного акціонерного товариства "Українська галузева компанія по виробництву пива, безалкогольних напоїв та мінеральних вод "УКР-ПИВО" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrpivo.com/>
- Український солод. Международный аналитический журнал Пивное дело. 2013. №1. URL: <https://www.pivnoe-delo.info/ukrainskiy-rynok-soloda/>
- Офіційний портал Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/ms/f11>
- Тюха І.В. Сучасні тенденції та проблеми розвитку пивного ринку України. Ефективна економіка. 2017. № 1.

Рис. 2. Сумарний обсяг імпорту та експорту солоду Україною у 2011—2019 рр.

Джерело: побудовано автором з використанням [5].

7. Маслак О., Ільченко О. Економіка ячменю в Україні. Пропозиція — Головний журнал з питань агробізнесу. 2015.01. ст. 13.

8. Коренькова Г.Н. Украина. Производство пива приостановило рост. Международный аналитический журнал Пивное дело. 2018. № 3. URL: <http://www.pivnoe-delo.info/ukrainskiyrynok-piva-pivnoe-delo-3-2018>

9. Украинский рынок пива. Международный аналитический журнал Пивное дело. 2014. №1. URL: <http://www.pivnoe-delo.info/ukrainskiyrynok-piva-pivnoe-delo-1-2014/>

10. Рынок пива Украины 2019: компании и бренды. Пивное дело 3-2019. С. 16. URL: <https://www.pivnoe-delo.info/2019/11/09/pivnoe-delo-3-2019-rynok-piva-ukrainy-2019-kompanii-i-brendy/>

References:

- State Statistics Committee of Ukraine (2013), Statistical information, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 25 Jan 2020).
- Stashejko, V.I. and Shmahlij, O.B. (2013), "Development of raw material base of brewing in Ukraine", *Ekonomika APK*, vol. 9, pp. 25—31.
- Ukrainian industry company for the production of beer, soft drinks and mineral waters JSC Ukrpivo (2020), available at: <http://www.ukrpivo.com/> (Accessed 25 Jan 2020).
- Pivnoe delo (2013), "Ukrainian malt", *Mezhdunarodnyj analiticheskij zhurnal Pivnoe delo*, vol. 1, available at: <https://www.pivnoe-delo.info/ukrainskiy-rynok-soloda/> (Accessed 25 Jan 2020).
- State Fiscal Service of Ukraine (2020), available at: <http://sfs.gov.ua/ms/f11> (Accessed 25 Jan 2020).
- Tiukha, I.V. (2017), "Current trends and problems of the beer market in Ukraine", *Efektivna ekonomika*, vol. 1.
- Maslak, O. and Il'chenko, O. (2015), "Barley economy in Ukraine", *Ekonomika iachmeniu v Ukraini*, vol. 01, pp. 13.
- Koren'kova, G.N. (2018), "Beer production halted growth", *Mezhdunarodnyj analiticheskij zhurnal Pivnoe delo*, vol. 3, available at: <http://www.pivnoe-delo.info/ukrainskiyrynok-piva-pivnoe-delo-3-2018> (Accessed 25 Jan 2020).
- Pivnoe delo (2014), "Ukrainian beer market", *Mezhdunarodnyj analiticheskij zhurnal Pivnoe delo*, vol. 1, available at: <http://www.pivnoe-delo.info/ukrainskiyrynok-piva-pivnoe-delo-1-2014/> (Accessed 25 Jan 2020).
- Pivnoe delo (2019), "Ukrainian beer market 2019: companies and brands", *Pivnoe delo*, vol. 3, pp. 16, available at: <https://www.pivnoe-delo.info/2019/11/09/pivnoe-delo-3-2019-rynok-piva-ukrainy-2019-kompanii-i-brendy/> (Accessed 25 Jan 2020).

Стаття надійшла до редакції 09.02.2020 р.