

деляются границы грейдов. Затем выделяются и рассчитываются основные характеристики диапазонов: соотношение между средним коэффициентом наиболее низкого грейда и средним коэффициентом наивысшего грейда, тип роста средних коэффициентов в диапазоне, ширина диапазона, разность между максимальным и минимальным коэффициентами в диапазоне. Разработанные интервалы коэффициентов переводятся в вилку должностных окладов путем умножения минимального и максимального коэффициентов в вилке на установленную на предприятии минимальную заработную плату. Завершающей процедурой этого этапа является сравнения фактических должностных окладов работников предприятия с вилками должностных окладов, установленных для соответствующего грейда. На основании сравнения необходимо скорректировать должностные оклады в соответствии с политикой компании. На этапе внедрения грейдовой системы важно проинформировать работников предприятия об изменении должностных окладов и ознакомить их с Положением о системе оплаты труда. Внедрение такой системы на одном из предприятий республики позволило повысить его эффективность стимулирования труда сотрудников.

Єрмолаєв П. В.,

здобувач,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима
Гетьмана», Україна

Ermolaev P. V.

the researcher of the chair of
economy of enterprises,
Kyiv National Economic
University named after
V. Getman, Ukraine

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПИВНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Розглянуто основні тенденції розвитку ринку пива в Україні. Визокремлено лідерів даного ринку. Проведено аналіз показників імпорту, експорту та виробництва пивної продукції

PROGRESS OF BEER MARKET OF UKRAINE TRENDS

Basic progress of market of beer trends are considered in Ukraine. The leaders of this market are distinguished. The analysis of indexes of import, export and production of beer goods is conducted

Пивна індустрія займає значну нішу в усій переробній промисловості України. Вона є прибутковою не лише для інвесторів та безпосередніх виробників, а й для держави. Останнє полягає в тому, що пивоварні підприємства є великими платниками подат-

ків, а, враховуючи специфіку продукту, і місцевих зборів. Даний продукт є досить рентабельним і популярним, тому вкладання коштів у його виробництво передбачає досить вигідні фінансові перспективи.

Прибутковість підприємств пивоваріння значною мірою залежить від багатьох факторів: наявність сировини, канали збуту, платоспроможність населення. Тому наявність прямого доступу до сировини у більшості випадків є значною конкурентною перевагою. Незважаючи на те, що в Україні вирощують ячмінь у тій кількості, яка необхідна для виробництва солоду всім пивоварним заводам, якісної сировини не вистачає. Потреба пивної галузі в продукті переробки ячменю — солоді у 2009 році складала 260 тис. т у рік, а до кінця 2011 року, за рахунок збільшення виробництва пива, вона збільшилася до 600 тис. т. При цьому біля 15—20 % вітчизняного солоду — низькоякісна сировина, яку можна використовувати лише для виробництва темних сортів пива. Дефіцит хмільсировини і ячменю доводиться покривати за рахунок імпорту, а це, звичайно, відбивається на рентабельності виробництва і відпускній ціні.

На сьогоднішній день на вітчизняному пивному ринку присутні близько 50 підприємств. Якщо говорити про насичення українського пивного ринку, то слід сказати, що тут присутня четвірка лідерів — ABInBev Ukraine, Carlsbeg, Оболонь, SUBMiller BVH Ukraine. При цьому дві компанії з іноземним капіталом — датський Carlsbeg та американський ABInBev — у 2010 році контролювали понад 45 % вітчизняного виробництва пивних напоїв. У 2011 році ситуація дещо змінилася і 95,3 % внутрішнього ринку контролювали чотири пивоварні холдинги: Sun Inbev, «Оболонь», Baltic Beverages Holding (BVH), SABMiller. З урахуванням такої ситуації поява в галузі найближчим часом нового великого гравця є досить малоімовірною. Частки малих пивоварень становить близько 6 % і поступово зменшується.

Темпи приросту основних показників розвитку галузі — імпорт, експорт і виробництво — наведено в табл. 1.

Аналіз фактичних показників розвитку ринку пива за 2006—2011 рр. свідчить про переважання тенденції до скорочення обсягу його імпорту на територію України. Виняток становить лише кризовий 2008 рік, коли обсяги імпорту зросли майже вдвічі, в порівнянні з попереднім роком. Пояснення цього явища досить просте, оскільки пиво — продукт, на який існує відносно стабільний попит. Якщо подивитися на динаміку внутрішнього виробництва, то можна побачити, що саме цього року обсяги

скоротились на 1,3 %. А обсяги споживання даного продукту постійно зростають. Тому для задоволення потреб споживачів і була залучена така значна кількість імпортного продукту. Більше половини ринку імпортного пива в Україні належить Росії. Решта практично рівномірно поділена між Бельгією, Чехією, Великобританією, Іспанією та Німеччиною. Слід сказати, що імпортний товар досить відрізняється від вітчизняного за якісними характеристиками. Але його головною слабкою стороною є ціна. Вартість імпортованого пива коливається в межах 15 грн, тоді як український продукт коштує в середньому 6—8 грн.

Таблиця 1

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПИВА В УКРАЇНІ в 2006—2011 рр.

Показник	Темп приросту по відношенню до попереднього року, %					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Імпорт	-61,1	-34,0	129,0	-23,8	63,5	68
Експорт	16,9	13,7	8,1	-1,6	-13,7	-6
Ви робництво	12,1	18,3	-1,3	-3,5	4,0	-1

Що ж стосується експортних показників, то з 2009 року спостерігається тенденція до зниження обсягів. Експерти пов'язують таку зміну із збільшенням пріоритетності внутрішнього ринку у виробників, а також із післякризовим скороченням обсягів виробництва.

Динаміка виробництва пива у 2006—2007 рр. показувала досить позитивну тенденцію. Однак уже починаючи з 2008 року ця тенденція різко змінилася. На сьогоднішній день підприємства докладають максимум зусиль для відновлення своїх потужностей. Заходи включають зміну асортиментної і маркетингової політики. Остання почала відбуватися більш агресивно і зараз включає в себе виведення на ринок нових сортів пива та відмова від малопробиткових. Окрім того зміни відбулися в ціновій політиці. За друге півріччя 2011 року деякі підприємства підвищили ціни на свою продукцію в середньому на 10—12 %. Інші все ж зуміли уникнути цього, пом'якшуючи наслідки подорожчання сировини за рахунок власних витрат. Аналітики відмічають, що останнім часом споживачі все частіше віддають перевагу дорожчим сортам пива. Скоріше за все це відбувається під впливом

стереотипу «дорожче, значить якісніше». І все ж приріст обсягів виробництва досить незначний. Найчастіше це пов'язують наслідками світової кризи. Однак не останню роль зіграв вступ України до СОТ, що відкрило доступ на українські ринки для імпортного пива. Слід сказати, що такий розвиток майже повністю співпадає з експертними прогнозами.

Як засвідчує проведений аналіз, подальші перспективи українського ринку пива залежатимуть від загального рівня платоспроможності населення і доступності напою.

Іванов О. В.,
аспірант кафедри менеджменту,
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

**ПРИНЦИПИ
ОРГАНІЗАЦІЙНОГО
ПРОЕКТУВАННЯ
ПІДСИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ
ЗНАННЯМИ У КОРПОРАЦІЯХ
У КОНТЕКСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ-
НОГО РОЗВИТКУ**

Тези присвячено формулюванню ключових принципів при здійсненні процесу організаційного проектування у сфері управління знаннями, дослідженню їх ролі в подальшому організаційному розвитку корпорації.

**Ivanov Oleksandr
Victorovich,**
graduate student of
management department
Vadym Hetman Kyiv national
economic university

**PRINCIPLES
OF ORGANIZATIONAL
DESIGN SUBSYSTEM
OF KNOWLEDGE
MANAGEMENT
IN CORPORATIONS
IN THE CONTEXT
OF ORGANIZATIONAL
DEVELOPMENT**

Theses are devoted to the formulation of the key principles in the process of organizational design in the field of knowledge management, the research of their role in future organizational development of the corporation.

Зважаючи на інтенсифікацію сучасного інформаційного простору та підвищення ролі інтелектуальних ресурсів у діяльності суб'єктів бізнесу, варто зазначити про необхідність створення цільових підсистем управління знаннями (ПУЗ), особливо для підприємств корпоративної форми власності, середовище функціонування яких є складнішим. Вони націлені на вирішення проблем формалізації, асиміляції, поширення та доступу до практичного корпоративного досвіду, знань і даних.