

DOI: [https://doi.org/10.26642/jen-2023-2\(104\)-101-109](https://doi.org/10.26642/jen-2023-2(104)-101-109)
УДК 338.439.5(477)

**К.С. Зайченко, к.е.н., доц.
А.П. Болховська, магістр**
Національний університет «Одеська політехніка»

Сучасний стан та тенденції розвитку ринку алкогольних напоїв в Україні

У статті досліджено поточний стан вітчизняного ринку алкогольних напоїв, що є одним із найбільш пріоритетних для держави через низку причин: економічних, соціальних, культурних та ін. Проаналізовано нормативні акти, які регулюють виробництво та обіг алкогольних напоїв в Україні, зокрема Податковий кодекс та закони України, та останні зміни, що були ухвалені Верховною Радою України. Для визначення сучасного стану ринку алкогольних напоїв розглянуто динаміку його обсягів продажів та частки українських товарів на внутрішньому ринку в динаміці у період з 2010 до 2020 рр. Позитивна динаміка першого показника порівняно з негативною динамікою другого показника свідчить про зменшення ділової активності вітчизняних підприємств з таких причин: розвиток тіньового сектору виробництва алкогольної продукції, підвищення акцизів, зниження купівельної спроможності та ін. Визначено тип конкурентних відносин ринку алкогольних напоїв на основі ключових характеристик його функціонування: кількість продавців, еластичність попиту, контроль над ціноутворенням, методи конкуренції, бар'єри для входження на ринок. Проведений аналіз виявив, що на ринку діє значна кількість виробників та продавців товару; попит на продукцію є еластичним; існує державне регулювання, в тому числі і за рахунок встановлення мінімальних оптово-відпускних та роздрібних цін; застосовуються всі методи конкуренції як цінові, так і нецінові; є певні обмеження для підприємств при виході на ринок. Сформульовано основні тенденції розвитку ринку алкогольної продукції, які сформувалися під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища: переорієнтація українського споживача на продукцію вітчизняного виробника; преміумізація споживання алкогольних напоїв та підвищення рівня усвідомленості споживачів; диджиталізація; новий рівень домашнього споживання; зміна смаків споживачів та бажання нового в асортименті алкогольної продукції.

Ключові слова: алкогольні напої; еластичність; ринок; монополістична конкуренція; підприємство.

Актуальність теми. Ринок алкогольних напоїв є одним з найбільш пріоритетних та бюджетоформуючих галузей харчової промисловості в Україні. Це зумовлює й той факт, що держава регулює діяльність його суб'єктів та ринку в цілому як на законодавчому рівні, так і за рахунок інших механізмів. Виробництво алкогольних напоїв в країні завжди характеризувалося високим рівнем конкуренції та приваблювало нових підприємців та інвесторів. Це пояснюється низкою причин, зокрема такими: усталені традиції споживання алкогольних напоїв, високий рівень попиту на продукцію, високий рівень рентабельності та ін. Все це забезпечує високий рівень якості продукції, підвищення інноваційної активності підприємств і т.д. Проте не зважаючи на переваги, сучасне вітчизняне підприємство щодня має реагувати на виклики, що формуються як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі. До вже звичних підприємцям факторів впливу зовнішнього середовища (високий рівень конкуренції на ринку, зміни у законодавстві, нестабільний економічний та політичний стан в країні) у 2020 році вони мали адаптуватися та налагодити усі бізнес-процеси в умовах карантинних обмежень від пандемії SARS-CoV-2. Проте повномасштабне вторгнення російських військ в Україну у 2022 році стало ще більшим потрясінням для бізнесу та країни в цілому. Підприємці мали забезпечити не лише власну безпеку, а й можливість збереження або евакуацію бізнесу з окупованих регіонів або тих, де велися активні бойові дії. Все це вплинуло на ємність, структуру та стан ринку алкогольних напоїв у цілому.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, на які спирається автор. Дослідженню функціонування та розвитку ринку алкогольних напоїв присвячені роботи таких вітчизняних науковців як: М.Брайко, Я.Геліч [10], О.Григоренко, Л.Мороз, Р.Нестор, Ю.Печериця, Ю.Сорочинський [11], Н.Ракша, В.Чабаненко та інших.

Метою статті є аналіз сучасного стану ринку алкогольних напоїв в Україні та висвітлення основних його тенденцій розвитку. Досягнення мети забезпечується виконанням таких завдань:

- 1) дослідити законодавчу базу, що регулює діяльність суб'єктів ринку алкогольних напоїв;
- 2) проаналізувати сучасний стан ринку алкогольних напоїв;
- 3) визначити основні тенденції його розвитку.

Викладення основного матеріалу. Ринок алкогольних напоїв є складовою харчової промисловості та відіграє одну із ключових ролей у формуванні бюджету країни. До алкогольних напоїв належать напої,

що містять не менше, ніж 1,5 % етилового спирту, зокрема: горілка, лікери, вино, пиво, бренді тощо. Не зважаючи на те, що даний ринок є досить привабливим для підприємців через причини, що сформульовано вище, алкогольні напої є специфічним видом продукції – вони мають негативний вплив на здоров'я людини. Саме тому функціонування ринку алкогольних напоїв та ведення підприємницької діяльності на ньому характеризується достатнім рівнем контролю та впливу з боку держави. Проаналізуємо, які саме нормативні акти вітчизняного законодавства нині діють та регулюють виробництво алкогольних напоїв та їх обігу, а також які останні зміни були ухвалені (таблиця 1).

Таблиця 1

Нормативні акти, що регулюють виробництво та обіг алкогольних напоїв в Україні [1–6]

Нормативний акт	Стислий зміст закону	Останні зміни
Податковий кодекс України [1]	регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час адміністрування податків та зборів, а також відповідальність за порушення податкового законодавства	№ 2747-IX від 16.11.2022. Зміни щодо благодійної допомоги
ЗАКОН УКРАЇНИ «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пального» [2]	визначає основні засади державної політики щодо регулювання виробництва, експорту, імпорту, оптової і роздрібною торгівлі названих у законі категорій продукції та забезпечення їх високої якості та захисту здоров'я громадян, а також посилення боротьби з незаконним виробництвом та обігом на території України	№ 2468-IX від 28.07.2022. Зміни щодо надання ліцензії та атестації виробництва
ЗАКОН УКРАЇНИ «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [3]	визначає правові та організаційні засади забезпечення безпечності матеріалів і предметів, призначених для контакту з харчовими продуктами, з метою забезпечення захисту життя і здоров'я людей, а також інших прав та інтересів споживачів	№ 2718-IX від 03.11.2022. Зміни щодо гігієнічних вимог, переробку та простежуваність харчових продуктів
ЗАКОН УКРАЇНИ «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [4]	встановлює правові та організаційні засади надання споживачам інформації про харчові продукти з метою забезпечення високого рівня захисту здоров'я громадян і задоволення їхніх соціальних та економічних інтересів	№ 2718-IX від 03.11.2022. Зміни щодо ідентифікації партій, до яких належить харчовий продукт
НАКАЗ «Про затвердження Правил виробництва коньяків України» [5]	визначають порядок виробництва коньяків України та є обов'язковими для складання технологічних інструкцій, контролю коньячного виробництва всіма суб'єктами господарювання незалежно від форми власності	№ 2281-20 від 06.11.2020. Зміни щодо розподілу ординарних коньяків витриманих не менше 3 років
ЗАКОН УКРАЇНИ «Про виноград та виноградне вино» [6]	регулює пов'язані з веденням виноградників та виробництвом винограду, вина та інших продуктів виноробства, визначає регламентацію і контроль в цих галузях виробництва, права і обов'язки виробників, повноваження органів виконавчої влади і спрямований на посилення боротьби з фальсифікацією виноробної продукції в Україні	№ 465-IX від 16.01.2020. Зміни щодо фальсифікації та переробки

Проведений аналіз нормативної бази регулювання виробництва та обігу алкогольних напоїв в Україні виявив широкий спектр напрямів діяльності державних органів та держави в цілому. Звісно, відзначений вище перелік нормативних актів не є вичерпним, що підтверджує системність та емність державного контролю та регулювання даної галузі. Розглянемо обсяги продажів та частки українських товарів на внутрішньому ринку алкогольних напоїв в Україні в динаміці в період з 2010 до 2020 рр. (рисунок 1).

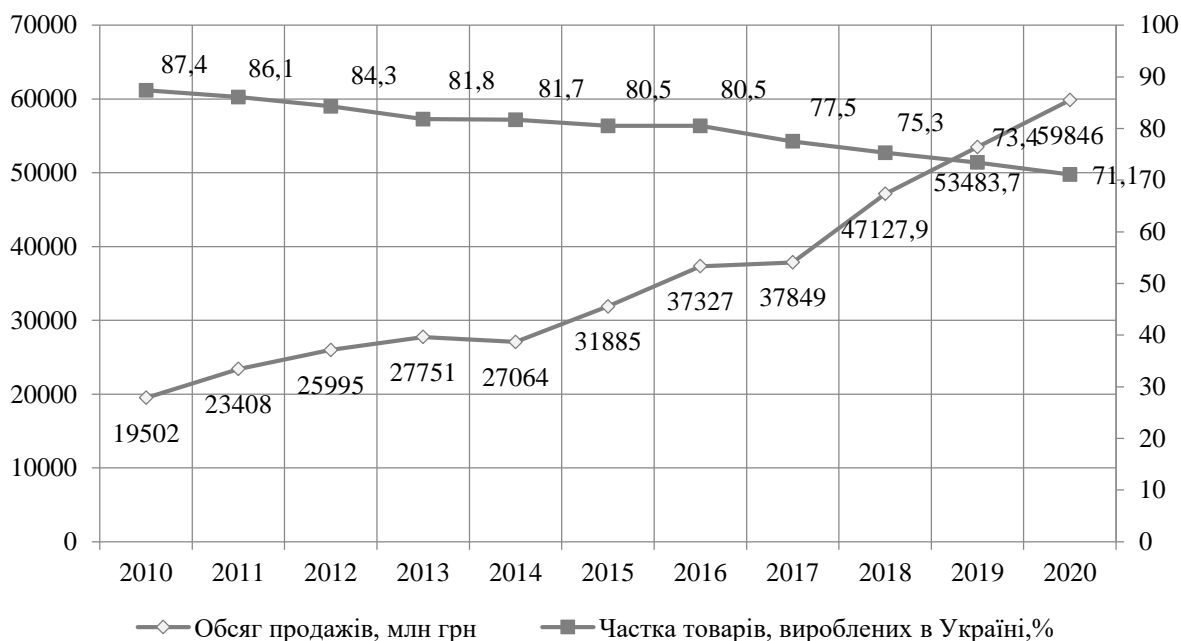


Рис. 1. Динаміка обсягів продажів та частки українських товарів на внутрішньому ринку алкогольних напоїв [7, 8]

Проведений аналіз обсягів продажу алкогольних напоїв та частки, що займають товари вироблені на вітчизняному ринку, спричинив позитивну динаміку першого показника та негативну другого. Щодо збільшення обсягу продажів алкогольних напоїв варто зазначити, що воно відбувається за рахунок впливу багатьох факторів. Водночас негативна динаміка частки товарів алкогольної продукції, виготовленої на внутрішньому ринку України, свідчить про зменшення ділової активності вітчизняних підприємств, що почалося ще до повномасштабного вторгнення російських військ на територію України та пояснюється низкою причин. Експерти [9] підкреслюють, що основною причиною стало виробництво контрафактної горілчаної продукції на напівлегальних підприємствах в країні, рівень якого перевищив рівень виробництва легальної.

Ще однією причиною стагнації ринку алкогольних напоїв фахівці [10] називають податкову політику України, а саме рішення Уряду щодо підвищення акцизів, що й стимулювало розвиток тінювих виробників продукції. Підвищення цін та зниження купівельної спроможності й призвело до довготривалого занепаду вітчизняного ринку алкогольних напоїв.

Проведемо аналіз конкурентного стану внутрішнього ринку алкогольних напоїв та визначимо основні його характеристики, що дасть змогу визначити тип структури ринку та конкурентних відносин (таблиця 2).

Таблиця 2

Визначення типу конкурентних відносин ринку алкогольних напоїв

Характеристика ринку	Зміст ринкових відносин
Кількість продавців	Значна кількість виробників та продавців товару
Еластичність попиту	Попит еластичний
Контроль над ціноутворенням	Існує державне регулювання
Методи конкуренції (цінові/нецінові)	Присутні всі методи конкуренції
Бар'єри для входження на ринок	Є певні обмеження виходу на ринок
Структура ринку	Монополістична конкуренція

Для визначення типу конкурентних відносин ринку алкогольних напоїв виділено п'ять основних характеристик: кількість продавців, еластичність попиту, контроль над ціноутворенням, методи конкуренції та бар'єри для входження на ринок.

Щодо кількості продавців зазначимо, що на ринку діє значна кількість виробників та продавців алкогольної продукції. Відповідно до основних показників діяльності вітчизняних підприємств [11], початок 2023 року характеризується позитивною динамікою. Не зважаючи на те, що у першому півріччі 2022 року діяла заборона продажу алкогольних напоїв, та негативно впливали деякі труднощі, пов'язані з логістичними та певними урядовими обмеженнями. Суттєві зміни почалися у III та IV кварталах 2022 р., що виникли у результаті поступового зняття заборони продажу алкоголю в тих регіонах, де були відсутні активні бойові дії. Показники експорту також показали позитивну динаміку, що підтверджується його збільшенням у період з липня до грудня на 30 % порівняно з I та II кварталом відповідного року. Деякі експерти [12] галузі вбачають у цьому підвищення популярності та впізнаваності України у світі. Так, виробник ТОВ «Промислово-торговельна компанія Шабо» збільшило відвантаження неігристих вин за кордон на 438 %, ігристих – на 56 % порівняно з 2021 роком. Компанія Global Spirits, що виробляє зокрема горілку «Хортиця», збільшила обсяг експорту до США на 21 %. Вітчизняний алкогольний холдинг BAYADERA GROUP, одним із найбільш популярних брендів якого є горілка «Хлібний дар», наростив експортну виручку від реалізації горілки та вина на 1,4 %.

Наступною характеристикою ринку є рівень еластичності попиту. Його показник на алкогольні напої є незначним, адже для більшості споживачів алкогольні напої не є вкрай необхідним товаром, за винятком осіб з алкогольною залежністю, проте їх відсоток відносно низький. Таким чином під час підвищення ціни на 1 % попит на алкогольну продукцію зменшується. В цілому зазначимо, що основними факторами, які впливають на зміну еластичності попиту на алкогольну продукцію, є такі:

- міра потреби конкретного виду алкогольного напою для великої кількості споживачів;
- частка витрат на придбання конкретного виду алкогольного напою у загальному бюджеті споживача;
- час, який потрібен споживачу для прийняття зміни у ціні та ін.

Відповідно до результатів опитування, проведеного Соціологічною групою Рейтинг [12], 66 % опитаних українців вживають алкогольні напої. Розглянувши результати опитування більш детально, основні його результати такі: 33 % респондентів вживають його рідше, ніж раз на місяць, 26 % – кілька разів на місяць, 7 % – кілька разів на тиждень, 1 % – кожного дня. Водночас 32 % респондентів алкогольних напоїв не вживають взагалі.

Щодо найбільш популярних алкогольних напоїв серед українців (рисунок 2), до них належать вино та пиво – 36 та 29 % відповідно. Серед інших видів також горілка (20 т%), коньяк (17 %), домашні вина та настойки (14 %), шампанське та ігристі вина (12 %), віскі (7 %), самогон (6 %). Частка інших видів алкогольних напоїв, зокрема таких як сидр, ром, наливки чи настоянки, вермут, коктейлі, джин та лікери, складає 1–2 %.

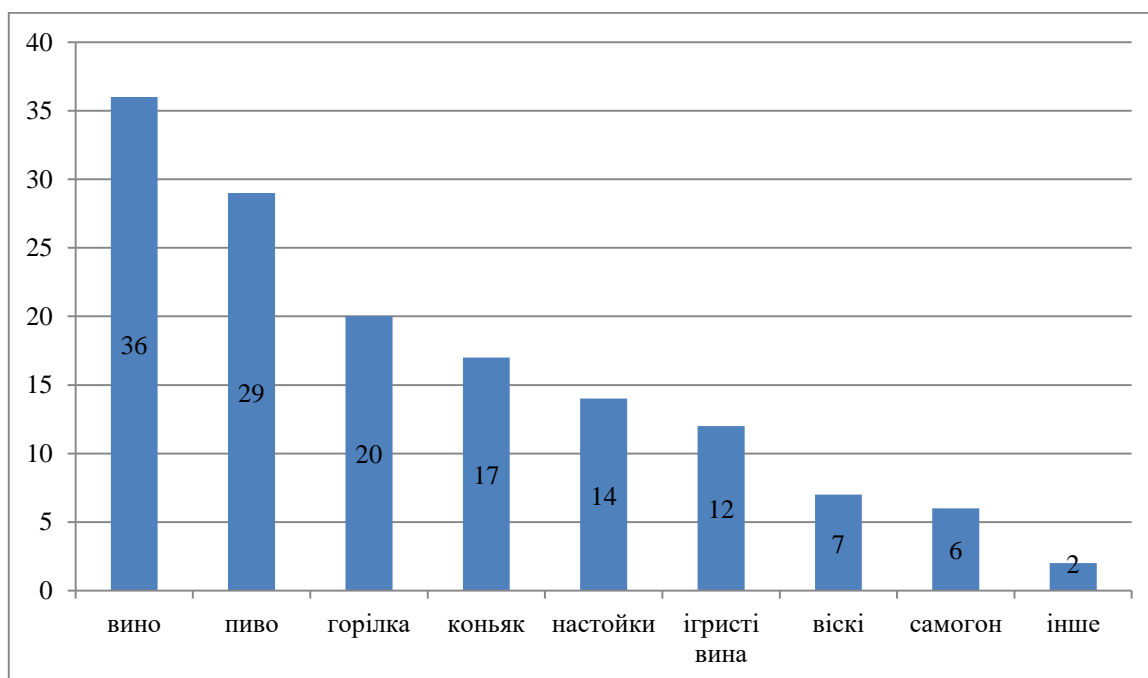


Рис. 2. Структура споживання алкогольних напоїв за видами [13]

Продаж алкогольної продукції займає суттєву долю у структурі наповнення бюджетів різних рівнів як державного, так і місцевого, а також відіграє суттєву роль у соціальному аспекті розвитку нації та окремого громадянина. Не дивлячись на те, що алкогольні вироби не є життєво необхідним товаром, та більш того завдає негативного впливу на здоров'я людини, попит на них стабільно високий. Саме тому важливою є роль держави у регулюванні та контролі вітчизняного ринку алкогольних напоїв задля мінімізації негативного впливу на різні аспекти розвитку нації, зокрема соціальні, культурні та ін.

Варто зазначити, що в Україні застосовується цінова політика щодо алкоголю. Вона полягає у встановленні мінімальної роздрібною ціни. Її метою є зменшення рівня надмірного споживання алкогольних напоїв «шляхом забезпечення того, що роздрібні ціни не сильно знизяться протягом конкретних періодів» [14].

Розмір мінімальних оптово-відпускних і роздрібних цін на окремі види алкогольних напоїв затверджено відповідною Постановою Кабінету міністрів України, останні зміни і доповнення були внесені у 2021 році.

Особливої ролі в сучасних умовах функціонування суб'єктів підприємництва, що займаються виробництвом алкогольних напоїв відіграють методи конкуренції. Динамічні зміни внутрішнього ринку та жорсткий рівень конкуренції на зовнішніх ринках вимагає від підприємств запровадження як цінових методів, так і нецінових. Саме тому рекламна діяльність вітчизняних підприємств є серед найбільш пріоритетних.

Цінова конкуренція – вид конкурентної боротьби за рахунок зниження ціни товару, що стимулюватиме попит на нього. Даний вид конкуренції притаманний великим підприємствам і таким, що мають обмежені обсяги ресурсів та можливостей для запровадження методів нецінової конкуренції. Основою методів нецінової конкуренції є виділення певних товарів з ряду товарів-конкурентів за рахунок їх унікальних властивостей, що проявляється в удосконаленні якісних характеристик продукції, упаковки та ін.

Щодо останньої характеристики ринку – бар'єри для входження на ринок – варто зазначити, що існують певні труднощі. В першу чергу вони стосуються ресурсного забезпечення підприємства, його можливостей щодо забезпечення високого рівня конкурентоспроможності на ринку, де представлено досить багато суб'єктів підприємницької діяльності різних розмірів, форм власності тощо.

Визначення типу конкурентних відносин ринку алкогольних напоїв виявило таке: через наявність значної кількості виробників та продавців товару, еластичного попиту, запровадження як цінових, так і нецінових методів конкуренції та наявність незначних бар'єрів для виходу на ринок алкогольних напоїв нових підприємств, його можна зарахувати до ринкової структури – монополістична конкуренція. Даний тип структури ринку, на якому пропозиція представлена безліччю продавців, а попит – безліччю покупців, що поєднує в собі риси, які властиві для монополії та конкуренції.

Проаналізувавши характерні риси ринку алкогольних напоїв України та визначивши його ринкову структуру, проаналізуємо основні тенденції, що можуть суттєво вплинути на подальший його розвиток.

За останні декілька років у алкогольній галузі сформувалися кілька ключових тенденцій, що нині зберігають свою актуальність. На їх формування істотно вплинули пандемія SARS-CoV-2 та всі економічні та соціальні обмеження, що були з нею пов'язані, а також повномасштабне вторгнення російських військ в Україну. Основними тенденціями розвитку ринку алкогольної продукції, що сформувалися під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів, є такі:

- переорієнтація українського споживача на продукцію вітчизняного виробника. Початок повномасштабного вторгнення російських військ на територію України, попри всі жахіття, об'єднав українців в єдину згуртовану націю, де всі підтримують один одного та допомагають усім можливим. Це відобразилося і у зміні пріоритетів при купівлі більшості товарів та придбанні послуг;

- преміумізація споживання алкогольних напоїв та підвищення рівня усвідомленості споживачів. Один із загальних трендів, що притаманний як вітчизняному, так і світовому ринку. Причиною є те, що люди почали надавати перевагу не кількості алкогольних напоїв, а якості та новим смаковим враженням. Зауважимо стрімке зростання преміум-сегменту у 2021 році на рівні 40 % порівняно з 2020 роком;

- диджиталізація. За даними аналітиків The International Wine and Spirits Research (IWSR), у 2020 р. рівень електронної комерції в алкогольній галузі збільшився майже на 43 %, що на 31 % більше, ніж у 2019 році. Вони також прогнозують, що до 2025 року рівень електронної торгівлі буде становити 6 % від рівня усїєї роздрібною торгівлі. Тенденція до онлайн-купівлі вже не обмежується лише окремими сегментами, саме тому алкогольні напої не є винятком.

- новий рівень домашнього споживання. Суттєві обмеження, що були введені на протидію розповсюдженню пандемії SARS-CoV-2, вплинули майже на всі сфери життєдіяльності людини у всьому світі. В першу чергу це стосувалося зміни робочого режиму, що переважно проходив віддалено, а також способу життя в цілому, що переорієнтував людей від місць скупчення на більш домашні умови. Це і стало початком нового тренду – преміальне споживання алкогольних напоїв та їх міксування вже не

потребувало відвідування закладів ресторанного господарства. Водночас збільшення рівня диджиталізації забезпечувало доступність будь-яких видів напоїв у домашній обстановці;

- зміна смаків та бажання нового. Різноманіття алкогольної продукції надає змогу споживачам не обмежуватися лише якимись окремими варіантами напоїв. Саме це стимулює виробників до розширення асортименту продукції, що виробляється. Аналітики IWSR у своєму дослідженні [15] виявили підвищення інтересу до крафтового пива, японського віскі та міцних зельтерів вина.

Серед інших тенденцій варто також підкреслити підтримку світовими брендами різних еко-ініціатив: відмова від пластику, переробка відходів та соціальна відповідальність бізнесу.

Щодо вітчизняних реалій, то повномасштабне вторгнення російських військ на територію України суттєво вплинуло на функціонування та розвиток бізнесу, зокрема і суб'єктів ринку алкогольної продукції. Серед найбільш розповсюджених проблем є те, що з початком війни в Україні через обстріли були зруйновані виробничі приміщення багатьох підприємств, на окупованих територіях залишилися торговельні точки та склади, частина співробітників евакуювалися або пішли служити. Блокада Чорного моря російськими окупантами призвела до зупинки експорту лікєро-горілчаної продукції морем. Заборона на продаж алкоголю, що діяла у березні в країні, призвела до того, що багато підприємств простоювало або працювало не на повну міцність.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження визначило, що ринок алкогольних напоїв є одним із найбільш пріоритетних для держави не лише з точки зору наповнення бюджету, а й формування соціального та культурного розвитку нації. Проаналізовано законодавчу базу, яка регулює діяльність суб'єктів підприємництва на ринку алкогольних напоїв. Системність та ємність державного контролю і регулювання даної галузі потребує подальшої активної участі держави та основних її органів щодо підтримки вітчизняних виробників не лише у нормативно-правовому полі, а й за рахунок створення сприятливих умов для розвитку бізнесу та міжнародної співпраці. Проведений аналіз сучасного стану ринку алкогольних напоїв визначив, що попри всі складнощі та шалений вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, вітчизняні підприємства продовжують не лише працювати в межах країни, а й нарощувати виробництво та виходити на міжнародні ринки. Для успішного функціонування будь-якого підприємства є потреба також у визначенні основних тенденцій ринку, адже саме це формує стратегічні та оперативні цілі їх розвитку. Серед основних варто виділити такі: переорієнтація українського споживача на продукцію вітчизняного виробника, преміумізація споживання алкогольних напоїв та диджиталізація. Саме тому важливим є подальші дослідження щодо регулювання ринку алкогольних напоїв та висвітлення тенденцій його розвитку відповідно до динамічності зовнішнього середовища та можливих загроз внутрішнього.

Список використаної літератури:

1. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
2. Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пального : Закон України від 11.07.1996 № 481/95-ВР / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/481/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
3. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України від 13.09.2001 № 771/97-ВР / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text>.
4. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів : Закон України від 06.12.2018 № 2639-VIII / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text>.
5. Про затвердження Правил виробництва коньяків України : Наказ від 27.12.2018 № z0875-18 / Міністерство аграрної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0875-18/ed20210305#Text>.
6. Про виноград та виноградне вино : Закон України від 16.06.2005 № 2662-IV / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2662-15#Text>.
7. Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами (2017–2021) : статистична інформація / Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/tsrtp/tsrtp2017_u.htm.
8. Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлю товарів, що вироблені на території України (2017–2021) : статистична інформація / Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/chprt/chprt2017_u.htm.
9. Ринок алкогольної продукції / Рейтинг. – 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://rating.zone/rynok-alkoholnoi-produktsii/>.
10. Геліч Я.В. Стан ринку алкогольних напоїв типу бренді в Україні / Я.В. Геліч // Збірник наукових праць ІХ Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-

- економічного розвитку України: пошук молодих», 23 квітня 2020 року. – Вінниця : Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. – Вип. 94. – С. 56–62.
11. *Сорочинський Ю.* Споживання міцного алкоголю в Україні: динаміка з початку війни та стан справ сьогодні / *Ю.Сорочинський* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://blog.liga.net/user/yusorochynskiy/article/49540>.
 12. *Шарунов О.* Сила бренду «Україна». Nemiroff, Global Spirits та Shabo наростили експорт на 20–50%, хоча алкогольний ринок країни впав. У чому секрет / *О.Шарунов* // Журнал Forbes Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://forbes.ua/company/vid-avstralii-do-ssha-nemiroff-bayadera-i-shabo-narostili-eksport-pid-chas-viyuni-prote-bagato-zarobiti-im-ne-vdaetsya-22022023-11852>.
 13. Споживання алкоголю в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ratinggroup.ua/research/ukraine/potreblenie_alkogolya_v_ukraine.html.
 14. Потенціал податків на підсолоджені цукром напої в Україні: оцінка наслідків запровадження акцизного податку на підсолоджені цукром напої на ціну, обсяг споживання та доходи від податків. – Копенгаген : Європейське регіональне бюро ВООЗ, 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/346227/WHO-EURO-2021-3431-43190-60492-ukr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
 15. Key Trends Driving the Global Beverage Alcohol Industry in 2022 / The International Wine and Spirits Research [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.theiwsr.com/key-trends-driving-the-global-beverage-alcohol-industry-in-2022/>.
 16. *Олійник О.В.* Державна зовнішньоторговельна політика як об'єкт дослідження в наукових працях українських та закордонних дослідників / *О.В. Олійник, В.В. Ксендзук* // Економіка, управління та адміністрування. – 2020. – № 4 (94). – С. 123–130. doi: 10.26642/ema-2020-4(94)-123-130.
 17. *Олійник О.В.* Державне управління зовнішньоторговельною діяльністю країни в умовах воєнного стану / *О.В. Олійник, В.В. Ксендзук* // Економіка, управління та адміністрування. – 2022. – № 4 (102). – с. 50–60. doi: 10.26642/ema-2022-4(102)-50-60.
 18. *Ievdokymov V.V.* Refugee and asylum seeker policies: the experience of the EU Eastern Partnership countries / *V.V. Ievdokymov, K.V. Shymanska* // Економіка, управління та адміністрування. – 2019. – № 3 (89). – С. 99–105. doi: 10.26642/ema-2019-3(89)-99-105.
 19. *Zahurska-Antoniuk V.F.* Безпекові виклики у геополітичному стані сучасного світу як наслідок пандемії COVID-19 / *V.F. Zahurska-Antoniuk, D.O. Grytsyshen* // Економіка, управління та адміністрування. – 2020. – № 3 (93). – С. 63–69. doi: 10.26642/ema-2020-3(93)-63-69.
 20. *Сергієнко Л.В.* Державна екологічна політика України та правовий механізм її формування і реалізації» / Економіка, управління та адміністрування // *Л.В. Сергієнко, О.М. Дзюбенко, С.В. Ожго.* – 2019. – № 3 (89), С. 191–200. doi: 10.26642/ema-2019-3(89)-191-200.
 21. *Сергієнко Л.В.* Сутність, особливості та стадії розвитку урбанізації / *Л.В. Сергієнко, К.М. Войціцька* // Економіка, управління та адміністрування. – 2019. – № 4 (90). – С. 207–213. doi: 10.26642/ema-2019-4(90)-207-213.
 22. *Vasileva L.M.* Development of partnership relations of state and banking sector / *L.M. Vasileva, L.V. Serhienko* // Економіка, управління та адміністрування. – 2020. – № 1 (91). – С. 96–98. doi: 10.26642/ema-2020-1(91)-96-98.
 23. *Сергієнко Л.В.* Напрями трансформації системи публічного управління в умовах урбанізаційних змін / *Л.В. Сергієнко, І.В. Новосолов* // Економіка, управління та адміністрування. – № 2 (92). – 2020. – С. 107–113. doi: 10.26642/ema-2020-2(92)-107-113.
 24. *Сергієнко Л.В.* Теоретико-методологічна конструкція дослідження проблем державної політики гарантування безпеки урбанізованих територій / *Л.В. Сергієнко* // Економіка, управління та адміністрування. – 2022. – № 3 (101). – С. 55–69. doi: 10.26642/ema-2022-3(101)-55-69.

References:

1. Verkhovna Rada Ukrainy (2010), *Podatkovyi kodeks Ukrainy*, Zakon Ukrainy vid 02.12.2010 No. 2755-VI, [Online], available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
2. Verkhovna Rada Ukrainy (1996), *Pro derzhavne rehuliuвання vyrobnytstva i obihu spyrtu etylovoho, koniachnoho i plodovoho, alkoholnykh napoiv, tiutiunovykh vyrobiv, ridyn, shcho vykorystovuiutsia v elektronnykh syharetakh, ta palnoho*, Zakon Ukrainy vid 11.07.1996 No. 481/95-VR, [Online], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/481/95-%D0%B2%D1%80#Text>
3. Verkhovna Rada Ukrainy (2001), *Pro osnovni pryntsyty ta vymohy do bezpechnosti ta yakosti kharchovykh produktiv*, Zakon Ukrainy vid 13.09.2001 No. 771/97-VR, [Online], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text>
4. Verkhovna Rada Ukrainy (2018), *Pro informatsiiu dlia spozhyvachiv shchodo kharchovykh produktiv*, Zakon Ukrainy vid 06.12.2018 No. 2639-VIII, [Online], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19#Text>
5. Ministerstvo aharnoi polityky (2018), *Pro zatverdzhennia Pravyl vyrobnytstva koniakiv Ukrainy*, Nakaz vid 27.12.2018 No. z0875-18, [Online], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0875-18/ed20210305#Text>
6. Verkhovna Rada Ukrainy (2005), *Pro vynohrad ta vynohradne vyno*, Zakon Ukrainy vid 16.06.2005 No. 2662-IV, [Online], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2662-15#Text>

7. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy, *Rozdribnyi tovarooborot pidpriemstv rozdribnoi torhivli za tovarnymy hrupamy (2017–2021)*, statystychna informatsiia, [Online], available at: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/tsrtp/tsrtp2017_u.htm
8. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy, *Chastka prodazhu pidpriemstvamy rozdribnoi torhivli tovariv, shcho vyroblieni na terytorii Ukrainy (2017–2021)*, statystychna informatsiia, [Online], available at: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/chprt/chprt2017_u.htm
9. Reitynh (2019), *Rynok alkoholnoi produktsii*, [Online], available at: <https://rating.zone/rynok-alkoholnoi-produktsii/>
10. Helich, Ya.V. (2020), «Stan rynku alkoholnykh napoiv typu brendi v Ukraini», *Zbirnyk naukovykh prats IKh Vseukrainskoi studentskoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Aktualni problemy efektyvnoho sotsialno-ekonomichnoho rozvytku Ukrainy: poshuk molodykh»*, 23 kvitnia 2020 roku, Redaktsiino-vydavnychiy viddil VTEI KNTEU, Vinnytsia, Vol. 94, pp. 56–62.
11. Sorochynskiy, Yu., «Spozhyvannia mitsnoho alkoholu v Ukraini: dynamika z pochatku viiny ta stan sprav sohodni», [Online], available at: <https://blog.liga.net/user/yusorochynskiy/article/49540>
12. Sharypov, O., «Syla brendu «Ukraina». Nemiroff, Global Spirits ta Shabo narostyly eksport na 20–50 %, khocha alkoholnyi rynek krainy vpav. U chomu sekret», *Zhurnal Forbes Ukraine*, [Online], available at: <https://forbes.ua/company/vid-avstralii-do-ssha-nemiroff-bayadera-i-shabo-narostili-eksport-pid-chas-viyni-prote-bagato-zarobiti-im-ne-vdaetsya-22022023-11852>
13. «Spozhyvannia alkoholu v Ukraini», [Online], available at: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/potreblenie_alkogolya_v_ukraine.html
14. «Potensial podatkov na pidsolodzeni tsukrom napoi v Ukraini: otsinka naslidkiv zaprovadzhennia aktsyznoho podatku na pidsolodzeni tsukrom napoi na tsinu, obsiah spozhyvannia ta dokhody vid podatkov» (2021), Yevropeiske rehionalne biuro VOOZ, Kopenhagen, [Online], available at: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/346227/WHO-EURO-2021-3431-43190-60492-ukr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
15. The International Wine and Spirits Research, *Key Trends Driving the Global Beverage Alcohol Industry in 2022*, [Online], available at: <https://www.theiwsr.com/key-trends-driving-the-global-beverage-alcohol-industry-in-2022/>
16. Oliinyk, O.V. & Ksendzuk, V.V. (2020), «Derzhavna zovnishnotorhovelna polityka yak ob'ekt doslidzhennia v naukovykh pratsiakh ukrainskykh ta zakordonnykh doslidnykiv», *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, № 4 (94), pp. 123–130. doi: 10.26642/ema-2020-4(94)-123-130.
17. Oliinyk, O.V. & Ksendzuk, V.V. (2022), «Derzhavne upravlinnia zovnishnotorhovelnoiu diialnistiu krainy v umovakh voiennoho stanu», *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, № 4 (102), pp. 50–60. doi: 10.26642/ema-2022-4(102)-50-60.
18. Ievdokymov, V.V. & Shymanska, K.V. (2019), «Refugee and asylum seeker policies: the experience of the EU Eastern Partnership countries», *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, № 3 (89), pp. 99–105. doi: 10.26642/ema-2019-3(89)-99-105.
19. Zahurska-Antoniuk, V.F. & Grytsyshen, D.O. (2020), «Bezpekovi vyklyky u heopolitychnomu stani suchasnoho svitu yak naslidok pandemii COVID-19», *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, № 3 (93), pp. 63–69. doi: 10.26642/ema-2020-3(93)-63-69.
20. Serhienko, L.V., Dziubenko, O.M. & Ozhho, S.V. (2019), «Derzhavna ekolohichna polityka Ukrainy ta pravovy mekhanizm yii formuvannia i realizatsii», *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, 3 (89), pp. 191–200, doi: 10.26642/ema-2019-3(89)-191-200.
21. Serhienko, L.V. & Voitsitska, K.M. (2020), «Sutnist, osoblyvosti ta stadii rozvytku urbanizatsii», *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, № 4 (90), pp. 207–213. doi: 10.26642/ema-2019-4(90)-207-213.
22. Vasilieva, L.M. & Serhienko, L.V. (2020), «Development of partnership relations of state and banking sector», *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, № 1 (91), pp. 96–98. doi: 10.26642/ema-2020-1(91)-96-98.
23. Serhienko, L.V. & Novosolov, I.V. (2020), «Napriamy transformatsii systemy publicnoho upravlinnia v umovakh urbanizatsiinykh zmin», *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, № 2 (92), pp. 107–113. doi: 10.26642/ema-2020-2(92)-107-113.
24. Serhienko, L.V. (2022), «Teoretyko-metodolohichna konstruktsiia doslidzhennia problem derzhavnoi polityky harantuvannia bezpeky urbanizovanykh terytorii», *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, № 3 (101), pp. 55–69. doi: 10.26642/ema-2022-3(101)-55-69.

Зайченко Катерина Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва і торгівлі Національного університету «Одеська політехніка».

<https://orcid.org/0000-0002-0975-2175>.

Наукові інтереси:

- інноваційний розвиток;
- організаційне забезпечення;
- малий бізнес.

E-mail: k.s.zay4enko@op.edu.ua.

Болховська Анна Петрівна – здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти Національного університету «Одеська політехніка».

<https://orcid.org/0000-0003-0951-1926>.

E-mail: bolkhovska.6984393@stud.opu.ua.

Zaichenko K.S., Bolkhovska A.P.

The current state and trends in the development of the alcoholic beverages market in Ukraine

The article examines the current state of the domestic market of alcoholic beverages, which is one of the most important for the state due to a number of reasons: economic, social, cultural, etc. The normative acts that regulate the production and circulation of alcoholic beverages in Ukraine, in particular the Tax Code and laws of Ukraine, and the latest changes adopted by the Verkhovna Rada of Ukraine were analyzed. To determine the current state of the alcoholic beverages market, the dynamics of its sales volume and the share of Ukrainian goods in the domestic market in the period from 2010 to 2020 were considered. The positive dynamics of the first indicator, in comparison with the negative dynamics of the second indicator, indicate a decrease in the business activity of domestic enterprises from a number of reasons: development of the shadow sector of alcohol production, increase in excise taxes, decrease in purchasing power, etc. The type of competitive relations of the alcoholic beverage market is determined, based on the key characteristics of its functioning: the number of sellers, elasticity of demand, control over pricing, methods of competition, barriers to entering the market. The conducted analysis revealed that there are a significant number of producers and sellers of goods on the market; demand for products is elastic; there is a state regulation, including through the establishment of minimum wholesale and retail prices; all methods of competition, both price and non-price, are used; there are certain restrictions for enterprises when entering the market. The main trends in the development of the alcoholic products market, formed under the influence of external and internal environmental factors, are formulated: the reorientation of the Ukrainian consumer to the products of the domestic producer; premiumization of the consumption of alcoholic beverages and raising the level of awareness of consumers; digitization; a new level of home consumption; changing consumer tastes and the desire for something new in the range of alcoholic products.

Keywords: alcoholic beverages; elasticity; market; monopolistic competition; enterprise.

Стаття надійшла редакції 03.04.2023.