

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-81>

УДК 303.732.4: 339.137.2:663.4(100)

## АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПИВНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ

## THE ANALYSIS OF THE INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF BEER PRODUCTS ON THE GLOBAL MARKET

**Моргос Ольга Олександрівна**

студентка магістратури,  
Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9793-9269>

**Войтко Сергій Васильович**

доктор економічних наук, професор,  
Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2488-3210>

**Morgos Olha, Voitko Serhii**

National Technical University of Ukraine  
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

Стаття присвячена науково-практичним засадам аналізу міжнародної конкурентоспроможності пивної продукції корпорацій харчової промисловості на глобальному ринку. Проаналізовано частку пивоварних корпорацій у світовому виробництві пивної продукції на глобальному ринку пива. Проведено динамічний аналіз фінансових та операційних показників діяльності пивоварних корпорацій на глобальному ринку. Здійснено структурний аналіз параметрів міжнародної конкурентоспроможності пивної продукції корпорацій на глобальному ринку. Проведено обговорення результатів дослідження щодо внутрішніх (фінансових та операційних) і зовнішніх факторів впливу міжнародної конкурентоспроможності пивоварних корпорацій харчової промисловості на параметри міжнародної конкурентоспроможності їхньої продукції.

**Ключові слова:** міжнародна конкурентоспроможність продукції, параметри міжнародної конкурентоспроможності продукції, фінансово-операційні показники, харчова промисловість, пивоварна корпорація, пивоварний сектор, глобальний ринок, структурний аналіз.

The article is devoted to the scientific-practical principles of analysis of the international competitiveness of beer products on the global market. The Ukrainian brewing industry has significant export production capacities and Ukrainian beer products are widely exported to international markets, which are unified in a single global beer market. Analysis of the international competitiveness of beer products is an essential component of ensuring this competitiveness and for determining the competitive position of a company's beer products on the international market. To determine this competitive position, it is necessary to combine various scientific methods and approaches. In this research, methods such as ranking, structural analysis, comparative analysis, synthesis, financial and economic analysis, marketing analysis were used to analyse the international competitiveness of company's beer products on the global markets. It was concluded that the competitors of PrJSC “Obolon” occupy a significant share in the global beer market. Thus, the share of the Heineken company in the global beer market in 2023 was 12,9% (2<sup>nd</sup> place in the world) and the highest place in the world according to consumer estimates. This is due to the fact that during 2019-2023 Heineken's net income has been growing steadily, reaching €30,3 billion in 2023, which indicates the improvement of the company's financial stability. Operating profit in 2023 amounted to €4,4 billion with an operating margin of 14,7%, which emphasizes the efficiency of its operations. The consolidated volume of beer was 242,6 million hectoliters, and the volume of Heineken brand products was 56,3 million hectoliters, indicating stable demand for products. The products of PrJSC “Obolon” in 2023 had a share of 0,5% in the global beer market (top-40 companies according to this indicator) and in 2024 have an average world price of 5 USD per 750 ml (excl. taxes), which is slightly higher compared to competitors. In addition, Obolon has low popularity ratings – particularly Obolon “Oksamytove” at 216,058<sup>th</sup>, well below competitors such as “Heineken Lager Beer” (1,116<sup>th</sup>). Consumer ratings for Obolon range from 74/100 to 78/100, which is less competitive than “Heineken Premium Light

Lager Beer” (88/100). Products of PrJSC “Obolon” are present in the US and EU markets, but Anadolu Efes and Carlsberg (global market shares in 2023 – 1,9% and 5,4%, respectively) have a wider geographic reach, including Iceland, Serbia, Switzerland, etc. The research findings can be used by food industry companies to improve the methodological framework of mechanisms for ensuring and enhancing the level of international competitiveness of their products on the global market.

**Keywords:** international competitiveness of products, parameters of international competitiveness of products, financial and operational indicators, food industry, brewing corporation, brewing sector, global market, structural analysis.

**Постановка проблеми.** Міжнародна конкурентоспроможність продукції є базовою характеристикою, яка взаємопов'язана з міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Саме тому, під час аналізу міжнародної конкурентоспроможності продукції потрібно враховувати не тільки параметри цієї продукції (ціна, якість, популярність бренду, попит на продукцію, географічне охоплення), а також і показники фінансово-операційної діяльності підприємства, яке виробляє цю продукцію. Такий підхід дозволяє встановити взаємозв'язок між нано- та мікрорівнями міжнародної конкурентоспроможності. Вибір пивної продукції для такого аналізу є актуальним з огляду на доступність широкої бази даних її параметрів, а також наявності крупних міжнародних корпорацій у пивоварній галузі, діяльність яких охоплює глобальний ринок.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми аналізу параметрів міжнародної конкурентоспроможності пивної продукції на глобальному ринку присвятили свої праці Á. Török, Á. Szerletics, L. Jantyk [1], I. Pesti-Farkas (в умовах Індустрії 4.0) [2], D. Hána, K. Materna, J. Hasman [3] та ін. Взаємозв'язок між фінансово-операційними показниками та параметрами міжнародної конкурентоспроможності пивної продукції досліджували С. Zanotti, F. Reyes, B. Fernandez [4], E. S. Madsen [5] та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми** аналізу показників міжнародної конкурентоспроможності пивної продукції на глобальному ринку: питання підходів щодо формування вибірки цих показників і взаємозв'язків між ними.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є проведення аналізу міжнародної конкурентоспроможності пивної продукції пивоварних корпорацій харчової промисловості на глобальному ринку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для проведення структурного аналізу параметрів забезпечення міжнародної конкурентоспроможності пивної продукції обрано такі компанії, як найбільшу українську пиво-

варну корпорацію ПрАТ «Оболонь», а також ТНК Heineken International, Carlsberg Group та Anadolu Efes, які займають лідируючі позиції в рейтингу світових пивоварних корпорацій за рівнем доходів. Ці компанії були обрані за критерієм наявності критичних оцінок їхньої продукції від споживачів за 100-бальною шкалою на спеціалізованому вебсайті Wine-Searcher, який містить дані для порівняльного аналізу параметрів міжнародної конкурентоспроможності пивної продукції [6].

У 2010 р. ПрАТ «Оболонь» посідала 28 місце у світі з виробництва пива та наразі продовжує входити в топ-40 компаній за цим показником, виробляючи 0,5 % пива у світі [7]. У табл. 1 представлено фінансові та операційні показники ПрАТ «Оболонь» за 2019–2023 рр. [8–10].

З табл. 1 слідує, що у 2019–2023 рр. ПрАТ «Оболонь» продемонструвало зростання чистого доходу вдвічі, а також зростання EBITDA в 4,0 рази та операційного прибутку в 7,3 рази. EBITDA розраховано за формулою (1):

$$EBITDA = \Phi 2(2290) + \Phi 3(3360) + \Phi 2(2515), (1)$$

де  $\Phi 2(2290)$  – «Фінансовий результат до оподаткування»;  $\Phi 3(3360)$  – «Витрачання на сплату відсотків»;  $\Phi 2(2515)$  – «Амортизація».

Така динаміка пояснюється значним рівнем інфляції у 2022–2023 рр. внаслідок повномасштабної війни та, як результат, знецінення національної валюти. Операційна маржа після різких коливань у 2019–2021 рр. досягла близько 20 % у 2022–2023 рр., що в 3,7 разів більше, ніж у 2019 р., та свідчить про високий рівень операційної рентабельності компанії (підкріпленої зростанням обсягів реалізації пива на 61,5 %). Чистий збиток компанія мала лише в 2021 р., а в 2022–2023 рр. мала високий прибуток.

ТНК Heineken International володіє 115 броварнями в 65 країнах світу та посідає друге місце у світі за обсягами виробництва пива після Anheuser-Busch InBev, з часткою 12,9 % на світовому ринку пива в 2023 році [11]. Anheuser-Busch InBev було виключено з ана-

Таблиця 1

## Фінансово-операційні показники ПрАТ «Оболонь», 2019–2023 рр.

№ з/п	Показник	Роки				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Чистий дохід, млн грн	5466,2	5 464,8	5 909,4	8 661,9	10 763,0
2	ЕВІТДА, млн грн	623,8	876,8	407,25	1 683,4	2508,5
3	Операційний прибуток, млн грн	300,0	494,9	19,5	1 693,1	2 197,9
4	Операційна маржа, %	5,5	9,1	0,3	19,6	20,4
5	Чистий прибуток/збиток, млн грн	257,6	76,8	(135,1)	1 198,0	1 831,6
6	Обсяг реалізації пива, млн грн	3 156,5	3 344,9	3 453,4	5 096,2	n/d

Джерело: складено та пороховано авторами на основі [8–10]

лізу через відсутність критичних оцінок пивної продукції цієї компанії на Wine-Searcher. У табл. 2 представлено фінансово-операційні показники Heineken за 2019–2023 рр. [12].

Як видно з табл. 2, чистий дохід Heineken N.V. за 2019–2023 рр. зріс на 26,9 % і склав 30,3 млрд євро (або 1,2 трлн грн за середнім курсом євро 39,56 грн на 2023 р., що перевищує показник ПрАТ «Оболонь» за цей рік у 112 разів). Інші показники демонструють нестабільну динаміку, однак мають високі позитивні значення (операційна маржа у межах 12,3–16,8 %, обсяги пива в межах 221,6–242,6 млн гл тощо), весь період став прибутковим.

Carlsberg Group має виробничі потужності в понад 20 країнах, посідає 3-тє місце в світі за доходами від виробництва пива (частка 5,4 % на світовому ринку пива в 2023 р.) [11]. У табл. 3 представлено фінансово-операційні показники Carlsberg Group за 2019–2023 рр. [13].

У 2023 р. курс датської крони (DKK) склав 5,31 грн. Відповідно, за 2023 р. дохід Carlsberg Group склав 390,7 млрд грн (у 36,5 рази

більше, ніж у ПрАТ «Оболонь») з темпом приросту за 2019–2023 рр. на 11,7 %. ЕВІТДА, операційний прибуток, операційна маржа компанії демонструють стабільну динаміку. У 2023 р. компанія отримала значний збиток в обсязі майже 40 млрд DKK (у грн це 211 млрд). Обсяги реалізації пива при цьому скоротилися у середньому на 9 % у 2021–2023 рр. порівняно з 2019–2020 рр.

Anadolu Efes посідає 5-тє місце в Європі й 13-тє місце в світі за обсягом продажів пива з часткою 1,9 % у 2023 р. [11]. У табл. 4 представлено фінансово-операційні показники компанії за 2019–2023 рр. [14].

У 2023 р. курс турецької ліри склав 1,59 грн. Звідси за 2023 р. чистий обсяг продажів склав 254,2 млрд грн (у 23,8 рази більше, ніж у ПрАТ «Оболонь») та збільшився за 2019–2023 рр. в майже 7 разів (як і ЕВІТДА). Операційний прибуток за 2022–2023 рр. зріс у 8,7 рази відносно 2019 р. (зі зростанням маржі на 2,5 в.п.). Чистий прибуток у 2022–2023 рр. зріс у 22 рази при обсягах продажу пива в межах 34,0–37,9 млн гл. Компанія не вийшла з ринку країни-агресора, високі темпи при-

Таблиця 2

## Фінансові та операційні показники Heineken N.V, 2019–2023 рр.

№ з/п	Показник	Роки				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Чистий дохід, млрд євро	23,894	19,724	21,900	28,694	30,308
2	ЕВІТДА (beia), млрд євро	5,764	4,151	5,190	6,444	6,541
3	Операційний прибуток, млрд євро	4,020	2,421	3,414	4,502	4,443
4	Операційна маржа, %	16,8	12,3	15,6	15,7	14,7
5	Чистий прибуток, млрд євро	1,154	2,517	2,041	2,836	2,632
6	Консолідований обсяг пива, млн гл	241,4	221,6	231,2	256,9	242,6
7	Обсяг Heineken®, млн гл	41,8	41,8	48,8	54,9	56,3

Джерело: складено на основі [12]

Таблиця 3

## Фінансові та операційні показники Carlsberg Group, 2019–2023 pp.

№ з/п	Показник	Роки				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Дохід, млрд. DKK	65,902	58,541	60,097	70,265	73,585
2	EBITDA, млрд. DKK	15,007	14,085	14,367	15,657	15,179
3	Операційний прибуток, млрд. DKK	10,465	9,699	10,129	11,470	11,105
4	Операційна маржа, %	15,9	16,6	16,9	16,3	15,1
5	Чистий прибуток, млрд. DKK	7,477	6,808	8,009	0,108	-39,777
6	Обсяги реалізації пива, млн гл	113,0	110,1	98,8	101,0	101,0

Джерело: складено на основі [13]

Таблиця 4

## Фінансові та операційні показники Anadolu Efes, 2019–2023 pp.

№ з/п	Показник	Роки				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Обсяг продажів пива, млн гл	36,2	36,2	37,9	34,0	35,7
2	Чистий обсяг продажів, млрд TRL	23,077	26,743	39,284	155,060	159,877
3	EBITDA, млрд TRL	4,051	5,094	7,024	27,021	28,573
4	Операційний прибуток, млрд TRL	2,246	2,718	4,386	17,180	19,565
5	Маржа операційного прибутку, %	9,7	10,2	11,2	11,1	12,2
6	Чистий прибуток, млрд TRL	1,034	0,815	1,068	15,384	22,129

Джерело: складено на основі [14]

росту показників обумовлені її олігопольним положенням після виходу з нього Carlsberg Group.

Нижче наведено порівняння параметрів міжнародної конкуренто-спроможності 10-ти найменувань пивної продукції обраних для аналізу корпорацій за показниками станом на вересень 2024 р. (табл. 5) [6].

З табл. 5 можна побачити, що світова експортна ціна (без урахування ПДВ) за 750 мл пивної продукції обраних компаній коливається у межах 3–5 дол. США, і ціновий фактор не має значного впливу на рівень її міжнародної конкурентоспроможності. За місцем продукції в рейтингу веб-популярності брендів лідером є Heineken Lager Beer (1 116 місце), а аутсайдером – Obolon 'Oksamytove' Lager Beer (216 058 місце). Найширше географічне охоплення має Efes Pilsner Beer, тоді як більша частина продукції ПрАТ «Оболонь» реалізується на ринках ЄС і США. Оцінки споживачів для продукції ПрАТ «Оболонь» коливаються від 74 до 78 зі 100 та є нижчими на 10-14 балів, ніж у Heineken Premium Light Lager Beer (88/100) [6].

**Висновки.** У результаті проведеного аналізу міжнародної конкурентоспроможності

пивної продукції ПрАТ «Оболонь», Heineken International, Carlsberg Group та Anadolu Efes на глобальному ринку встановлено, що серед них найвищий рівень міжнародної конкуренто-спроможності має продукція Heineken International. Ця ТНК має найбільші значення чистого доходу та чистого прибутку: 30,3 і 2,6 млрд євро в 2023 р. відповідно. Компанія має високий показник операційної рентабельності (12,3–16,8%) та одну з найбільших часток на глобальному ринку пива (12,9% у 2023 р.), значно переважаючи за цим показником інші обрані для аналізу корпорації. Як результат, Heineken International має змогу інвестувати значні кошти з нерозподіленого прибутку в інноваційне удосконалення якості своєї продукції та зниження їхньої собівартості, чим забезпечила собі високу популярність бренду та позитивні відгуки споживачів завдяки високоякісній пивній продукції із середньою (оптимальною) ціною (4 дол. США). Наукова новизна дослідження полягає в подальшому розвитку методичного інструментарію аналізу міжнародної конкурентоспроможності продукції на основі комплексного підходу. Удосконалено систему параметрів міжнародної конкурентоспроможності пивної продукції шляхом

Таблиця 5

**Порівняння параметрів міжнародної конкурентоспроможності пивної продукції  
ПрАТ «Оболонь» та прямих конкурентів, вересень 2024 р.**

№ з/п	Назва компанії, країна	Назва бренду продукції	Ціна, дол. США, 750 мл	Місце в рейтингу популярності бренду	Географічне охоплення	Оцінка на основі відгуків споживачів
1	ПрАТ «Оболонь», Україна	Obolon Lager Beer	5	55 334	США	74/100
		Obolon Svitle Beer	5	190 933	ЄС, США	78/100
		Obolon 'Oksamytove' Lager Beer	5	216 058	США	77/100
2	Heineken International, світ	Heineken Lager Beer	4	1 116	США, Словенія	69/100
		Heineken Dark Lager Beer	4	9 895	США	76/100
		Heineken Premium Light Lager Beer	4	34 360	США, Молдова	88/100
3	Carlsberg Group, Данія	Carlsberg Elephant Strong Pilsner Beer	4	13 915	ЄС, Ісландія, США	66/100
		Carlsberg Danish Pilsner Beer	4	14 861	ЄС, Великобританія, Швейцарія, США	76/100
		Carlsberg Export Premium Lager Beer	3	143 023	ЄС, Великобританія, США	74/100
4	Anadolu Efes, Туреччина	Efes Pilsner Beer	5	17 706	США, ЄС, Сербія, Великобританія, Молдова	73/100

*Джерело: складено на основі [6]*

включення параметра кількості пошукових запитів в інтернеті щодо пивної продукції конкретного бренду. Результати дослідження можуть бути використані підприємствами харчової промисловості для вдосконалення

механізмів підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності продукції. Перспективою подальших досліджень є сценарне моделювання міжнародної конкурентоспроможності пивної продукції.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Török Á., Szerletics Á., Jantyk, L. Factors influencing competitiveness in the global beer trade. 2020. *Sustainability*, Vol. 12. №15. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12155957>
2. Pesti-Farkas I. Barriers to the Competitiveness of Beer Industry Suppliers in the Application of Industry 4.0 Solutions-Presentation of the Partial Results of an Empirical Research. *Proceedings of FIKUSZ Symposium for Young Researchers*, Budapest : Óbuda University, 2020. P. 335-342.
3. Hána D., Materna K., Hasman J. Winners and losers of the global beer market: European competition in the view of product life-cycle. *Cambridge Journal of Economics*. 2020. Vol. 44. № 6. P. 1245-1270. DOI: <https://doi.org/10.1093/cje/beaa006>

4. Zanotti C., Reyes F., Fernandez B. Relationship between competitiveness and operational and financial performance of firms: An exploratory study on the European brewing industry. *Intangible capital*. 2018. Vol. 14. № 1. P. 1–17. DOI: <https://doi.org/10.3926/ic.1104>
5. Madsen E. S. Branding and Performance in the Global Beer Market. *Institut for Økonomi, Aarhus Universitet*. 2017. № 2017-11. URL: <https://pure.au.dk/portal/en/publications/branding-and-performance-in-the-global-beer-market> (дата звернення: 10.10.2024).
6. Find the best price for wines, beers, and spirits. *Wine-Searcher* : website. URL: <https://www.wine-searcher.com> (дата звернення: 10.10.2024).
7. Obolon Corporation Enter World's Top-40 Breweries. *Corporation Obolon* : website. URL: <https://obolon.ua/en/press/news/337> (дата звернення: 25.10.2024).
8. Акціонерам. *Корпорація «Оболонь»* : вебсайт. URL: <https://obolon.ua/ua/about/shareholders> (дата звернення: 25.10.2024).
9. Приватне акціонерне товариство "Оболонь". Фінансова звітність. *Clarity Project* : вебсайт. URL: <https://clarity-project.info/edr/05391057/finances> (дата звернення: 13.11.2024).
10. Приватне акціонерне товариство "Оболонь". *Opendatabot* : вебсайт. URL: <https://opendatabot.ua/c/05391057> (дата звернення: 13.11.2024).
11. Global market share of the leading beer companies based on sales. *Statista* : website. URL: <https://www.statista.com/statistics/257677/global-market-share-of-the-leading-beer-companies-based-on-sales> (дата звернення: 25.10.2024).
12. Results, reports, webcasts & presentations. *Heineken N.V.* : website. URL: <https://www.theheinekencompany.com/investors/results-reports-webcasts-presentations> (дата звернення: 25.10.2024).
13. Carlsberg Group Annual Report 2023. *Carlsberg Group* : website. URL: <https://www.carlsberggroup.com/media/3kjbpwaa/carlsberg-group-2023-annual-report.pdf> (дата звернення: 25.10.2024).
14. Annual Reports. *Anadolu Efes* : website. URL: <https://www.anadoluefes.com/en/taflo/593/investor-relations/annual-reports> (дата звернення: 25.10.2024).

## REFERENCES:

1. Török Á., Szerletics Á., Jantyk L. (2020). Factors influencing competitiveness in the global beer trade. *Sustainability*, vol. 12, № 15. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12155957>
2. Pesti-Farkas I. (2020). Barriers to the Competitiveness of Beer Industry Suppliers in the Application of Industry 4.0 Solutions-Presentation of the Partial Results of an Empirical Research. *Proceedings of FIKUSZ Symposium for Young Researchers* (Hungary, Budapest, 2020). Óbuda University, pp. 335-342.
3. Hána D., Materna K., Hasman J. (2020). Winners and losers of the global beer market: European competition in the view of product life-cycle. *Cambridge Journal of Economics*, vol. 44, № 6, pp. 1245–1270. DOI: <https://doi.org/10.1093/cje/beaa006>
4. Zanotti C., Reyes F., Fernandez B. (2018). Relationship between competitiveness and operational and financial performance of firms: An exploratory study on the European brewing industry. *Intangible capital*, vol. 14, № 1, pp. 1–17. DOI: <https://doi.org/10.3926/ic.1104>
5. Madsen E. S. (2017). Branding and Performance in the Global Beer Market. *Institut for Økonomi, Aarhus Universitet*. № 2017-11. Available at: <https://pure.au.dk/portal/en/publications/branding-and-performance-in-the-global-beer-market> (accessed October 10, 2024).
6. Wine-Searcher. Find the best price for wines, beers, and spirits. Available at: <https://www.wine-searcher.com> (accessed October 10, 2024).
7. Corporation Obolon. Obolon Corporation Enter World's Top-40 Breweries. Available at: <https://obolon.ua/en/press/news/337> (accessed October 25, 2024).
8. Korporatsiya «Obolon'». Aktsioneram [Corporation Obolon. Shareholders]. Available at: <https://obolon.ua/ua/about/shareholders> (accessed October 25, 2024).
9. Clarity Project. Pryvatne aktsionerne tovarystvo "Obolon". Finansova zvitnist' [Private joint-stock company "Obolon". Financial reporting]. Available at: <https://clarity-project.info/edr/05391057/finances> (accessed November 13, 2024).
10. Opendatabot. Pryvatne aktsionerne tovarystvo "Obolon" [Private joint-stock company "Obolon"]. Available at: <https://opendatabot.ua/c/05391057> (accessed November 13, 2024).
11. Statista. Global market share of the leading beer companies based on sales. Available at: <https://www.statista.com/statistics/257677/global-market-share-of-the-leading-beer-companies-based-on-sales> (accessed October 25, 2024).

12. Heineken N.V. Results, reports, webcasts & presentations. Available at: <https://www.theheinekencompany.com/investors/results-reports-webcasts-presentations> (accessed October 25, 2024).

13. Carlsberg Group. Carlsberg Group Annual Report 2023. Available at: <https://www.carlsberggroup.com/media/3kjbpwaa/carlsberg-group-2023-annual-report.pdf> (accessed October 25, 2024).

14. Anadolu Efes. Annual Reports. Available at: <https://www.anadoluefes.com/en/tablo/593/investor-relations/annual-reports> (accessed October 25, 2024).