



РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПИВА: ПЕРСПЕКТИВЫ НЕ РАДУЮТ

Анастасия Птуха,

председатель совета директоров группы компаний Step by Step (Москва)

Татьяна Мерзлякова,

PR-менеджер группы компаний Step by Step (Москва)

На российском рынке алкогольной продукции пиво является самым употребляемым напитком и занимает большую долю рынка в натуральном выражении.

Государственное регулирование производства пива

В России на сегодняшний день отмечается жесткое регулирование государством определенных аспектов алкогольной отрасли в целом и пивного рынка в частности – гораздо более жесткое, чем во многих европейских странах. Так, в нашей стране введены строгие ограничения на рекламу пива, торговлю им и запреты на употребление данного продукта в общественных местах. Некоторая часть ограничений по производству и продаже пива вступила в силу с 1 июля 2012 года, а часть – с 1 января 2013 года.

Пиво – это продукт с низким содержанием алкоголя; он изготавливается спиртовым брожением сула из ячменного солода, хмеля и воды. Содержание этилового спирта в большинстве сортов пива составляет 3–6% об. (иногда и выше; крепкое пиво содержит, как правило, 8% об., максимум – 14% об.). В основном во всем мире его пьют как освежающий напиток.

Многие ограничения в России были приняты с целью снизить злоупотребление спиртным. Известно, что в нашей стране очень высок уровень потребления алкоголя на душу населения в пересчете на чистый спирт, и последние несколько лет государство стало активно проводить «антиалкогольную кампанию», которая заключается в следующем:

- Увеличились ставки акцизов на спиртное: с 2008 года ставка акциза для пива с содержанием спирта до 8,6% об. выросла почти в шесть раз.

- Пиво на законодательном уровне приравнено к алкоголю.

- Ограничены реклама пива и места его распространения.

- Ужесточены наказания за нарушения правил продаж (около 20% продаж пива в Российской Федерации осуществляется через нестационарные торговые объекты, и эту ситуацию нужно исправлять).

Уже сейчас видно, как сильно все эти ограничительные меры повлияли на пивной рынок. Так, за I полугодие 2012 го-

The Russian beer market: prospects are not encouraging

In the Russian market of alcoholic beverages beer is the most using beverage and occupies a large market share in natural expression.

да по данным ФСГС производство пива в России снизилось на 3,5%. Но есть у этих ограничений и «обратная сторона медали»: в противовес спаду производства пива производство водки увеличилось на 17%, а коньяка – больше чем на 30%. По словам председателя совета Союза российских пивоваров Исаака Шепса, причина падения производства кроется в несбалансированной акцизной политике. Анализ розничных цен на алкогольные напитки показывает, что самым доступным напитком в стране по-прежнему является водка.

Количественные показатели рынка

Говоря о том, сколько выпили наши соотечественники пива, можно отметить, что по предварительным данным за 2012 год объем потребления пива в России сократился до 71,5 л на душу населения. В следующем году этот показатель может снизиться до 70,3 л, в 2014-м – до 68,7 л.

За 2011 год емкость розничного рынка пива составила 1077515 тыс. декалитров, объем оптового рынка исчислялся 136 995 тыс. декалитров (это 12,71% от объемов розничного рынка).

В стоимостном выражении в 2009 году объем рынка пива в нашей стране уменьшился примерно на 10% – до 410 млрд руб. (см. рисунок). К концу 2010 года он сократился еще на 10,4% и исчислялся уже 389 млрд руб. В 2011 году спад уменьшился на 7,2% – объем составил 371 млрд руб. Согласно оценке аналитиков ГК StepbyStep, по итогам 2012 года также ожидается небольшой спад, в результате которого объем рынка окажется на уровне 369 млрд руб.

В 2011 году практически во всех федеральных округах Российской Федерации наблюдалось снижение объемов продаж; не затронула эта тенденция лишь Сибирский и Дальневосточный федеральные округа (ФО). В структуре российского оптового рынка в 2010 году наибольшую долю занимал Центральный ФО: его доля в объеме продаж в натуральном выражении составила 38,68%; а в 2011 году, несмотря на снижение продаж в данном округе, она увеличилась до 40,12%. На Дальневосточный ФО приходилась наименьшая доля российского оптового рынка пива в 2010 году – 1,18%; концу 2011 года она выросла до 1,25%.

Динамика цен

Рассматривая тенденции в различных сегментах пива в 2012 году, специалисты ГК Step by Step провели выборочный анализ зависимости розничной цены на пиво от различных критериев на основе данных интернет-магазинов. Анализ соотношений цен в отдельных сегментах пива показал, что:

- самым дешевым является пиво в пластиковой упаковке и кеге. Цена на аналогичное пиво в стеклбутылке дороже на 11% по сравнению с розлитым в кег и на 23% – в пластиковую тару;
- цена на темное и светлое пиво зарубежных производителей сопоставима;
- темное разливное пиво дороже светлого;
- цена на разливное пиво в зависимости от марки различается в пределах от 22 до 109%;
- в зависимости от крепости цена различается в пределах от 4 до 18%.

В 2011 году средняя оптовая цена пива составила около 39,47 руб. за литр (табл. 1). Относительно 2010 года произошло увеличение средней стоимости на 2,38 руб. Темп прироста – 6,4%. В розничном сегменте в 2012 году наблюдается устойчивый рост цен на пиво; среднегодовой темп прироста за рассматриваемый период составил 10,39%

Самая высокая стоимость литра пива по состоянию на 2011 год зафиксирована в Дальневосточном ФО, где по сравне-

Группа компаний Step by Step

Исследовательская и консалтинговая компания, предлагающая полный комплекс услуг в области маркетинговых и социологических исследований, управленческого и маркетингового консалтинга.

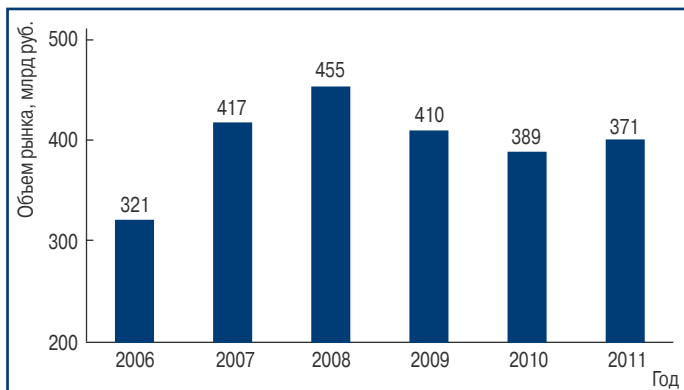
В группу компаний входят:

- маркетинговое агентство Step by Step
- «Step by Step Консалтинг»
- «Step by Step Брендинг»
- «Step by Step Недвижимость»
- аналитический центр Step by Step
- колл-центр Market Phone



STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО

Москва, Николаямский пер., За, стр. 2, 6-й эт.
Телефон: +7 (495) 912-48-17



Объем розничного рынка пива в стоимостном выражении с 2006 по 2011 год

Источник: ФСГС; ГК Step by Step

Таблица 1

Динамика средних оптовых цен в России в период 2010–2011 годов

Федеральный округ	Цена за литр, руб.		Прирост, %
	2010 год	2011 год	
Дальневосточный	45,75	47,25	3,29
Приволжский	35,85	45,96	28,22
Северо-Западный	39,88	41,10	3,06
Северо-Кавказский	28,61	31,81	11,20
Сибирский	39,34	39,34	0,00
Уральский	37,42	40,62	8,53
Центральный	36,83	38,02	3,23
Южный	37,41	38,60	3,18
В целом по России	37,09	39,47	6,40

Таблица 2

Основные импортные марки пива в натуральном выражении (2011 год)

Марка	Объем в натуральном выражении, %
Оболонь	65,7
Черниговское	6,5
Krusovice	3,1



нию с 2010 годом прирост составил 3,29%. Максимальный темп прироста пришелся на Приволжский ФО: за 2011 год величина оптовой цены за литр продукта увеличилась на 28,22%. В Сибирском ФО цена на пиво в 2011 году была сравнима с ценой в 2010 году.

Отметим, что наиболее ярко выраженное изменение региональной структуры российского оптового рынка пива в 2011 году по сравнению с 2010 годом затронуло Приволжский ФО, так как там наблюдался не только максимальный рост оптовой цены, но и максимальное снижение объема продаж (на 26,3%). Также заметные изменения произошли в оптовой торговле пивом в Сибирском ФО: рост объема продаж в нем составил 90%, достигнув показателя 13 044 тыс. декалитров. На оптовом рынке пива в 2011 году наблюдалось сокращение объема продаж на 4,7%.

Основные игроки на отечественном рынке пива

В процессе развития пивного рынка Россия не осталась в стороне от международных трендов: как и во многих других странах, в нашей стране происходит увеличение числа компаний, скользящих предприятия независимых производителей. Пиво на российский рынок поставляют как отечественные, так и ино-

странные производители. Однако отметим, что почти весь ассортимент пива в двух крупнейших городах – Москве и Санкт-Петербурге – представлен зарубежными компаниями. Отечественное производство развивается в отдаленных от Москвы регионах. Поэтому крупные российские и иностранные игроки обращаются к новым формам торговли, чтобы повысить конкурентоспособность компании и добиться максимального охвата покупательской аудитории в разных регионах страны. На сегодняшний день основную долю на рынке занимают иностранные производители – так, к 2008 году 84% этого рынка было поделено между пятью крупными международными компаниями. В настоящее время ключевыми игроками российского рынка пива являются:

- ОАО «Пивоваренная компания “Балтика”»;
- ООО «Объединенные пивоварни Хейнекен»;
- ОАО «Сан ИнБев»;
- группа компаний Efes Rus;
- ЗАО «МПБК “Очаково”».

Независимые российские производители пива представляют собой некоторые обособленные предприятия, продукция которых потребляется в основном внутри того региона, в котором она производится. В 2011 году было известно о 561 действующем в России пивоваренном предприятии.

В отношении крупнейших производителей пива можно выделить следующую тенденцию: расширение ассортимента продукции и создание новых брендов, активная рекламная политика. Уровень конкуренции на российском рынке, особенно на рынках Москвы и Санкт-Петербурга, очень высок. Многие компании пытаются увеличить долю на рынке путем агрессивного продвижения своей продукции. Такая политика ориентирована, во-первых, на тех, кто постоянно пробует новые сорта пива, и на молодежь, а во-вторых, на приверженцев определенных брендов: потребители, которые покупают пиво каких-то конкретных марок, попробовав пиво новой марки, с некоторой вероятностью могут стать ее сторонниками.

На текущий момент основной импортной маркой пива является «Оболонь». Доля присутствия на российском рынке этой марки составляет 65,7% в натуральном выражении и 31% – в стоимостном (табл. 2). Второе место среди импортных марок занимает «Черниговское»: ее доля составляет 6,5% в натуральном выражении и 4,2% – в стоимостном.

Основным экспортером российского пива являются Украина и Киргизия. Доли этих стран составляют 18 и 17,2% в натуральном выражении и 17,2 и 18,8% в стоимостном выражении соответственно. Основной импортер пива – Украина; на долю этой страны приходится 75,4% в натуральном выражении и 37,4% – в стоимостном.

Влияющие рынки

Существует множество сортов пива. Вкусовые характеристики разных видов могут кардинально отличаться друг от друга. Сегодня наряду с установленными ГОСТ Р 51174–2009 критериями классификации пиво сегментируют также по следующим критериям:

- основное наименование:
 - по сорту пива;
 - по цвету;
 - по крепости;
- технология производства (по способу брожения);
- способ потребления;
- вид упаковки;
- цена.

В процессе исследования рынка пива России аналитики ГК Step by Step отметили, что среди потребителей все более популярными становятся сорта чешского и немецкого пива. Осо-

• НОВОСТИ • НОВОСТИ • НОВОСТИ • НОВОСТИ • НОВОСТИ • НОВОСТИ • НОВОСТИ • НОВОСТИ • НОВОСТИ • НОВОСТИ

«Вятич» сварил 5 млн дал пива

10.12.2012

ОАО «Вятич» на 6 декабря 2012 года произвел 5 млн дал пива! Или по старому – 5 млн ведер (так измеряли объем пивовары). А в переводе на непрофессиональный язык – это 50 млн литров пива, сваренного в 2012 году. Цифра сопоставима с результатами предыдущего года. Но кировские пивовары считают, что 5 млн дал – успешный показатель. Ведь он достигнут на фоне снижения активности пивного рынка, запретов и ограничений на рекламу, время и место продаж, негативного информационного фона, жесточайшей конкуренции.

Все это говорит о высоком качестве вятского пива. Как доказательство – крупные поставки продукции в другие регионы и в крупнейшие федеральные сети.

Источник: www.beernews.ru

Полную подборку новостей читайте в информационном приложении «Индустрия напитков – новости»

бым спросом при этом пользуются светлое пиво и различные лагеры (пиво низового брожения).

Развитие рынка пива напрямую зависит от других рынков, оказывающих влияние на его производство и реализацию. В первом случае речь прежде всего идет о рынках сырья и ресурсов, во втором – о потребительском рынке.

Современные тенденции

Так как пиво изготавливается из различных зерновых культур, снижение урожаев неизменно отражается на рынке пива, обуславливая увеличение стоимости этого напитка. В середине июля 2012 года Минсельхоз России ухудшил прогноз урожая зерновых на конец года – до 80–85 млн т. Массовая гибель посевов после морозов и засушливой весны коснулась и ячменя. Данная ситуация, скорее всего, приведет к повышению цен на пиво.

Ожидается, что инфляция к концу 2012 года достигнет уровня 6–7%, в то время как пиво подорожает на 10%.

Несмотря на сокращение рынка пива, сегодня популярным видом предпринимательской деятельности стало открытие пивных ресторанов, причем это стойкая тенденция, характеризующаяся положительной динамикой. Отличием пивного ресторана от традиционного является расширенный ассортимент пивных напитков, включающий в себя около 20–30 различных сортов светлого, темного и безалкогольного пива. Таким образом, подобные заведения могут представлять собой классический ресторан или бар.

Если рассматривать аудиторию пивных заведений на примере России, то ее можно разделить на несколько основных типов по потреблению пива. Самыми активными являются две группы:

■ **Молодежь в возрасте от 18 до 25 лет.** Молодые люди потребляют пиво доста-

точно активно, но несколько ограничены в средствах, поэтому оптимальная стоимость 0,5 л пива для них – 30–40 руб.

■ **Люди в возрасте от 25 до 35 лет.** Это самые активные посетители пивных ресторанов.

Несмотря на то что в последнее время рынок пива сдает свои позиции, спрос на данную продукцию все же традиционно высок. По этой причине на рынок пива России, как и других стран, выходят транснациональные компании, чьи доходы и, соответственно, возможности по продвижению своей продукции гораздо больше, чем у российских производителей. Сегодня в число наиболее крупных игроков входит всего одна российская компания – пивоваренный завод «Очаково», и вряд ли состав лидеров изменится в ближайшие годы. В отличие от отечественных фирм, у транснациональных компаний больше шансов остаться на рынке пива и удержать свои позиции.

Отечественному рынку пива на данном этапе развития предстоит выстоять в борьбе за существование. Строгий контроль со стороны государства и все большее ужесточение продаж может негативно сказаться на его состоянии и уже можно наблюдать сокращение производства данного алкогольного напитка. На текущий момент остается только прогнозировать, сможет ли пиво в ближайшие годы оставаться все таким же востребованным среди потребителей.



Автоматы для выдува ПЭТ-тары Линии розлива Пресс-формы

**Приглашаем посетить наш стенд на выставке
«УпакиТалия-2013» с 29 января по 1 февраля
Павильон 2, зал 3, стенд С07**

- ✓ **Комплексная поставка оборудования от выдува до групповой упаковки продукта**
- ✓ **Оборудование для горячего розлива в ПЭТ-тару**
- ✓ **Качество, гарантия, сервис**



Телефон горячей линии 8-800-200-9298
(по России звонок бесплатный)

www.missp.ru