

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

*Шпак Т.И. Российский рынок пива. проблемы и перспективы // Материалы по итогам II-ой Всероссийской научно-практической конференции «Перспективы развития науки и общества», 20 – 30 января 2020 г. – 0,3 п. л. – URL: [http://akademnova.ru/publications\\_on\\_the\\_results\\_of\\_the\\_conferences](http://akademnova.ru/publications_on_the_results_of_the_conferences)*

### **СЕКЦИЯ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

**Шпак Татьяна Ивановна**

доцент кафедры товароведения и товарной экспертизы  
ФГБОУ ВО Донской государственной аграрный университет  
п. Персиановский, Российская Федерация  
e-mail: [septemberday@mail.ru](mailto:septemberday@mail.ru)

## **РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПИВА. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

*Аннотация.* Автором проведен анализ исследований отрасли пивоварения в России. Дана характеристика крупнейших международных корпораций - владеющих пивоваренными заводами в России.

*Ключевые слова:* пивоваренная компания, пиво, рынок, бренды, Heineken, Carlsberg Group, AB InBev, Efes.

В России пивоварение имеет давние традиции. Слово "пиво" буквально означает "пить". Популярным был напиток "перевар", который готовили из пива и мёда, и напиток этот был довольно крепким. Также как и в Европе, на Руси крупными центрами пивоварения были монастыри. Позднее, пивоварение продолжало развиваться. Его любили многие представители правящей династии Романовых. В период царствования Екатерины II и последующих императоров в России активно строились пивоваренные заводы. Первым промышленным заводом производителем пива стал основанный в 1795 году в Санкт-Петербурге пивоваренный завод имени Александра Невского. В последствии, он стал носить имя Степана Разина. Затем этот завод вошел в Heineken Russia. В послереволюционное время отрасль пивоварения

## Всероссийское СМИ

### «Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

пришла в некоторый упадок. Но не надолго. Любовь русского народа к пиву искоренить было невозможно. Во второй половине XX века пивная отрасль набирала растущую популярность. Сейчас на российском рынке существуют как крупные производители, так и менее известные, но не менее профессиональные пивоваренные заводы [1].

На сегодняшний день более 80% всего российского рынка пива поглотили крупнейшие международные концерны: Heineken (Нидерланды), Carlsberg Group (Дания) AB InBev (США, Бельгия) и Efes (Нидерланды, Турция) [2].

Carlsberg Group (Дания) на Российском рынке с 2001 года. В 2008 году Carlsberg полностью поглотил ОАО «Пивоваренная компания «Балтика», в 2012 выкупила у акционеров оставшиеся акции "Балтики" и стала 100% владельцем. В собственности восемь пивоварен: "Балтика" в Санкт Петербурге, "Балтика - Самара" в Самаре, "Балтика - Новосибирск" в Новосибирске, "Балтика - Хабаровск" в Хабаровске, пивзавод "Южная Заря 1974" в Ростове-на-Дону, пивзавод "Воронежский" в Воронеже, пивзавод "Тульский" в Туле, пивзавод "Ярпиво" в Ярославле. Выкуплены и закрыты: в 2009 год. Одна из площадок в Санкт Петербурге (бывший завод "Вена"). 2015 год. "Балтика - Пикра" в Красноярске, "Балтика - Челябинск" в Челябинске. Занимает более 32% российского рынка пива.

По мнению специалистов, объемы выпуска пива российского подразделения Carlsberg Group по итогам 2018 года выросли всего на 1%, достигнув примерно 23 млн. гкл. Сама компания оценивает рост объемов продаж в 2%. Так или иначе, этот рост был заметно ниже, чем у других компаний с федеральным охватом (за исключением «Очаково») на фоне оживления российского рынка.

**Всероссийское СМИ**

**«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»**

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

Доля рынка компании начала быстро снижаться еще в начале 2017 года, хотя в первой половине 2018 года казалось, что она стабилизировалась.. А длительный тренд сокращения доли рынка (бывшего лидера рынка) стал уравниваться за счет смещения центра тяжести портфеля брендов в экономичную сторону.

В частности, благодаря существенному снижению цен на экономичные бренды. Главным образом упала цена брендов в ПЭТ-упаковке и в сегменте современной торговли. Также снизилась стоимость разливного пива в связи с расширением поставок в сеть алкодискаунтеров «Красное & Белое». По мнению специалистов, в последние годы стратегия компании заключается в замещении множества старых региональных сортов в ПЭТ-упаковке из-за давления независимых региональных предприятий. Как следствие, к началу 2019 года стало крупнейшим брендом в российском портфеле Carlsberg Group [3].

Таким образом, с 2018 года несмотря на периодические всплески продаж благодаря промоподдержке и рекламе безалкогольной версии бренда на телевидении ухудшились позиции брендов. И доля Carlsberg Group в среднеценовом сегменте продолжала сужаться под давлением конкурентов и усиления поляризации рынка. Таким образом, лицензионные бренды и Carlsberg, Seth & Riley`s Garage и Kronenbourg 1664 показали позитивные изменения доли рынка, но значительно меньшие, чем раньше. Учитывая рост популярности крафтового и импортного пива компания начала поставки Brooklyn Lager, Brooklyn East IPA и Brooklyn Naranjito из США.

Маркетинговая стратегия компании в 2019 году, очевидно, связана с развитием рыночных ниш, за счет выпуска оригинальных сортов существующих брендов. При этом «Балтика» повысила цены в 4 квартале 2018

## Всероссийское СМИ

### «Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

года и первом квартале 2019 года, что негативно отразилось на ее продажах по итогам 1 квартала 2019 года. Они сократились на 4%, что выглядит особенно выразительно на фоне роста объемов производства пивоваренной отрасли.

В то же время компании удалось развернуть негативный тренд продаж пива Tuborg (рост +12%), увеличить продажи «Балтики №0» (+12%) «Kronenbourg 1664 Blanc (+43%). Объемы продаж в сегменте крафты и специалитеты увеличились на 56%, а доля крепкой «Балтики №9» выросла на 1 п.п.

Heineken (Нидерланды) на Российском рынке с 2002 года. В России - ООО "Объединенные пивоварни Хейнекен" владеет семью пивоварнями: "Пивоварня Хейнекен" в Санкт-Петербурге, "Сибирская Пивоварня Хейнекен" в Новосибирске, "Шихан" в Стерлитамаке, "Волга" в Нижнем Новгороде, "Патра" в Екатеринбурге, "Байкал" в Иркутске, "Амур-пиво" в Хабаровске. Занимает 12% российского рынка пива.

По итогам прошлого года среди международных групп лучший результат в России показала компания Heineken. Соответственно доля рынка Heineken увеличилась. Согласно сообщению самой компании, в России ее объемы выросли на 7-9% (high single digit), что было обусловлено общим ростом рынка, а также динамикой экономичных брендов и пива Heineken, с заметным успехом Heineken 0.0. В первом квартале 2019 года рост российских продаж продолжился: согласно пресс-релизу Heineken N.V., они выросли более чем на 10% (up double digit). Основная доля прироста пришлась на премиальный сегмент, благодаря бренду Heineken и лицензированным брендам Miller Genuine Draft и Staropramen, которые появились в портфеле компании[2].

## Всероссийское СМИ

### «Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

В экономичном сегменте рынка позитивную динамику компании обеспечили некоторые бренды, которые заметно увеличили долю рынка. На динамике продаж компании негативно отразилось давление конкурентов на бренд «Охота» в сегменте крепкого пива, где заметно выросло многообразие. Также это сокращение лежит в тренде уменьшения долей крупных и «старых» национальных брендов среднеценового сегмента. «Охота» пока остается крупнейшим брендом в российском портфеле Heineken, несмотря на рост продаж титульного бренда. Причины роста продаж пива Heineken: беспрецедентная рекламная поддержка, растущая дистрибуция (в том числе в канале HoReCa), снижение розничных цен и, конечно, весьма успешный запуск безалкогольного Heineken 0.0.

AB InBev (США, Бельгия) и Efes (Нидерланды, Турция). Sun InBev (ОАО "САН ИнБев") российское подразделение AB InBev. Пять пивоваренных заводов в городах Клин, Волжский, Омск, Саранск, Иваново.

Efes Rus (ЗАО "Пивоварня Москва-ЭФЕС") - шесть пивоваренных заводов в городах Калуга, Уфа, Казань, Новосибирск, Ульяновск и Владивосток. Солодовенный комплекс в Казани.

В 2018 году «САН ИнБев» и "Пивоварня Москва-ЭФЕС" объединили бизнес на территории России. Выкуплены и закрыты: ОАО "Сан ИнБев": Пивзавод в Пушкине. Пивоварня в Курске. Пивзавод в Новочебоксарске. Пивзаводы в Перми и Ангарске. Закрыты «Пивоварня Москва-ЭФЕС»: Пивзаводы в Москве и Ростове-на-Дону. Совместно занимают 34% российского рынка пива.

Несмотря на интеграционные процессы, сокращения продаж объединенной компании AB InBev Efes пока не произошло. По оценке специалистов, в 2018 году отмечены темпы роста AB InBev Efes.

**Всероссийское СМИ**

**«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»**

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

Соответственно, совокупная доля рынка осталась почти на прежнем уровне, Отрыв от лидера рынка стал не так уж и велик. При этом, если сгруппировать бренды по принадлежности бывшим компаниям, то можно сказать о продолжении тенденции: сокращения доли рынка AB InBev, которую теперь компенсирует рост доли рынка Efes.

Бренд «Душистый хмель», который выпускался в разливном формате и был представлен в сети «Красное & Белое», к 2018 году исчез из продажи. Зато ему на смену в начале сезона продаж 2018 года был запущен бренд «Хмель&Солод», который тоже разливался в кеги, реализовался в сети «Красное & Белое», но стоил совсем дешево (порядка 50 рублей за литр), что в совокупности предопределило быстрый рост продаж. «Хмель&Солод» очень быстро набрал рыночный вес - к концу года его доля выросла[3].

Среди других экономичных брендов, которые принадлежали Efes, продажи резко снизились из-за повышения розничной стоимости и обострения конкуренции с народным брендом от других производителей. При этом среднеценовое пиво, которое принадлежало AB InBev и цена которого осталась прежней, немного увеличило долю рынка, но не настолько, чтобы компенсировать ухудшение позиций первой марки. Как и другие марки с молодежным позиционированием его продажи существенно страдают от сокращения целевой аудитории, продолжения поляризации рынка пива и общего падения лояльности к старым национальным брендам на фоне растущего многообразия.. Поэтому, если бы не рост продаж и доли рынка компании в экономичном сегменте, итоги 2018 года были бы значительно хуже.

**Всероссийское СМИ**

**«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»**

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

Премиальные бренды AB InBev Efes, в общем, росли вместе с рынком. Незначительное снижение доли рынка крупнейших лицензионных брендов очевидно произошло под давлением быстро растущих сегментов импортного и крафтового пива. AB InBev Efes потеряет небольшой процент рынка, если механически вычитать долю брендов Staropramen и Miller из будущего итога. Однако AB InBev Efes перешла в 2019 на позитивном тренде, и компания удерживает рыночные позиции. Потеря марок Staropramen и Miller не особенно отразилась на итогах прошлого года AB InBev Efes, поскольку по условиям соглашения Heineken и Molson Coors, отгрузки оптовым покупателям начались только к концу 2018, а в канал современной торговли первые партии поступили уже в начале 2019 года[2].

За последние годы доля рынка Miller росла довольно быстрыми темпами. В 2017-2018 гг. его позиции были довольно стабильны, а к концу 2018 года даже улучшились несмотря на трансфер. При этом Miller оставался одним из самых маржинальных брендов в премиальном сегменте, его розничная стоимость (около 130 рублей за литр) превышает большинство лицензионных марок конкурентов.

Гораздо менее значимой для позиций нового альянса будет утрата бренда Staropramen, поскольку его доля рынка в руках AB InBev медленно сокращалась в долгосрочном тренде. В течение прошлого года доля рынка Staropramen сокращалась. Для AB InBev бренд давно перестал быть значимым даже на локальных рынках. В то же время, у компании Molson Coors бренды Miller и Staropramen входят в четверку самых приоритетных брендов на рынке Европы. Поэтому для компании было вполне естественным произвести ревизию среди партнеров и рассмотреть возможности увеличения лицензионных отчислений. Передача лицензии именно Heineken, вероятно,

связана с ее стремлением постоянно и эффективно расширять свое присутствие в маргинальных сегментах российского рынка. На наш взгляд, свою роль сыграло и то, что Molson Coors меньше конкурирует с Heineken в глобальном масштабе.

В целом все описанные выше процессы привели к укреплению позиций AB InBev Efes в экономичном сегменте рынка.

В сегодняшнем портфеле AB InBev Efes около 20 довольно известных брендов, за внешней стабильностью доли рынка компании кроются значительные изменения их динамики. Прежде всего, отмечена «рокировка» в составе экономичных марок компании. Таким образом, структура продаж компании быстро смещалась в премиальную сторону, а ее прибыль с проданного гектолитра, очевидно, была наиболее высока среди лидеров рынка[2].

Так что, покупая очередную баночку пива, даже с надписью "Жигулёвское", поддержать отечественного производителя, очень и очень непросто.

В целом в отрасли пивоварения продолжается сохранение тенденции падения спроса и, как следствие, объемов продаж. Основными причинами снижения внимания потребителя остаются законодательное давление, преобладание работы маркетологов над технологическими разработками, изменение внимания потребителя на изучение качества продукции. Увеличение спроса логично наблюдается в направлении местной продукции, особенно там, где покупатели хорошо знают своих производителей, включая заводы по производству крафтового пива.

## Всероссийское СМИ

### «Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

В исследованиях рынка пива на первых позициях крупнейшая сделка по объединению ведущих брендов. Хотя и аналогичные процедуры становятся тенденцией для различных сегментов ритейла, однако выбранная стратегия по слиянию активов пивного бизнеса явно указывает на обозначившиеся проблемы в отрасли. За период с 2010 по 2018 год региональные компании без особого труда «завели» на себя почти 15 процентов потребления. Эти явления продолжаются на фоне сокращения общероссийских объемов продаж почти на треть.

Очевидно, кажущийся спад отрасли для профессионалов рынка может стать катализатором внимания. Падение видится отличным решением для развертывания нового бизнеса на производстве пенного напитка. Согласно маркетинговому исследованию рынка пива для освоения направления достаточно будет определить портрет нового участника. Активное переключение крупных игроков на средний и бюджетный сегменты явно говорит о том, что заводы работают с последним инструментом маркетинга – ценой. Если учесть тот факт, что в убыток отрасль существовать не будет, скорее всего, производители «отыгрывают» тренд за счет качества. Во всяком случае, именно так продолжает думать потребитель последние десять лет[3].

Присутствие на рынке частных пивоварен, локальных производств при предприятиях общественного питания и региональных заводов становится все более целесообразным. Свежесть, технологии и понимание качества дают свои плоды, спрос на брендированную продукцию неизбежно падает. Безусловно, прошедший в России чемпионат мира по футболу поднял продажи, но такие явления носят нерегулярный характер.

**Всероссийское СМИ**

**«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»**

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

**(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)**

**Сайт:** [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

**e-mail:** [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

Что примечательно, крупные производители проигрывают не только региональным участникам. Принятие решения потребителем при выборе дешевых или брендированных сортов часто выражается в покупке более крепких спиртных напитков, обладающих «гарантированным» эффектом.

**Список использованной литературы:**

1. История пивоварения в России.– Текст : электронный // Studbooks.net : [сайт]. – URL: [https://studbooks.net/1921396/tovarovedenie/istoriya\\_pivovareniya\\_rossii/](https://studbooks.net/1921396/tovarovedenie/istoriya_pivovareniya_rossii/)(дата обращения: 20.11.2019).
2. Кому принадлежит пивной рынок России. – Текст : электронный // Pikabu.ru : [сайт]. – URL : [https://pikabu.ru/story/komu\\_prinadlezhit\\_pivnoy\\_ryinok\\_rossii\\_6322769/](https://pikabu.ru/story/komu_prinadlezhit_pivnoy_ryinok_rossii_6322769/)(дата обращения: 09.11.2019).
3. Пивной рынок России. – Текст : электронный // Alterainvest.ru : [сайт]. – URL: <https://alterainvest.ru/rus/blogi/analiz-rynka-piva-rossii-v-2018-godu-2018/> (дата обращения: 27.11.2019).

**Опубликовано: 20.01.2020 г.**

**© Академия педагогических идей «Новация», 2020**

**© Шпак Т.И., 2020**