Зоряна ЯРЕМКО

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОГО РИНКУ ПИВА

Виявлено і розкрито сучасні тенденції функціонування світового ринку пива: відновлення обсягів продажів; посилення впливу Китаю на ринок; домінування країн Південно-Східної Азії та Західної Європи; зростання динамічності ринків країн, що розвиваються; стабільність позиції на світовому ринку пива 10 країн-лідерів; високий рівень консолідації ринку; лідерство «локально глобального» бренда Snow; зростання темпів торгівлі у місцях споживання пива, порівняно з місцями продажу; динамічний розвиток торгівлі пивом через Інтернет та суттєве переважання продажів світлих сортів пива порівняно з іншими сортами.

The next modem trends in the world beer market's operation are identified in the article: beer sales pick up; increasing impact of China on the market; Asia-Pacific and Western Europe dominate; emerging markets are most dynamic; stability of top 10 markets; high level of market consolidation; leadership of «local global» brand Snow; on-trade outperforms off-trade; Internet retailing the most dynamic channel; lager dominates the beer category.

Ринок пива – важливий сектор економіки України, ефективне функціонування якого є основою поступального розвитку економіки країни і виконання державою своїх соціально-економічних функцій. Як складова економічної системи країни ринок пива характеризується двома особливостями: задовольняє потреби населення у специфічному продукті, надмірне споживання якого, в тому числі фальсифікованого продукту, призводить до негативних соціальних наслідків; формує значну частину доходів бюджету країни. Саме через ці причини ринок алкогольної продукції загалом і ринок пива зокрема (нагадаємо, що з 11 лютого 2010 р. в Україні офіційно пиво розглядається як алкогольний напій, змінивши свій попередній статус квазіалкогольного напою) завжди був об'єктом жорсткого державного регулювання, що поєднує в різних пропорціях економічні та адміністративні інструменти регулювання на певних етапах розвитку української економіки.

Особливе становище ринку алкогольної продукції, збереження умов та механізмів регулювання, що неадекватні принципам ринкової економіки, породжують цілий комплекс проблем: високий рівень нелегального виробництва та відповідно недонадходження акцизів до бюджету, соціальна проблема зростання смертності від алкоголізму, недовикористання виробничих потужностей підприємств, дезінтеграція алкогольного ринку. За цих умов об'єктивно необхідним є досконаліший механізм функціонування й державного регулювання національного ринку алкогольної продукції для забезпечення зростання його економічного потенціалу й досягнення балансу інтересів споживачів, виробників і держави.

На даний час в Україні існує близько півсотні пивоварних підприємств, що майже у два рази менше, ніж на початку 1991 р., коли їх було 115. Певною мірою таку ситуацію можна пояснити припиненням діяльності дрібних підприємств із невеликими обсягами виробництва, які не змогли конкурувати з потужними компаніями. Вітчизняна пивоварна галузь приваблива для іноземних інвесторів, котрі останнім часом активно скуповують великі пивоварні заводи країни. Український ринок пива – один із найперспективніших у Європі, і подальший його розвиток буде залежати від соціально-економічних умов розвитку країни та здатності вітчизняних пивоварів ефективно використовувати у власних інтересах ті позитивні й негативні тенденції, котрі на сьогодні спостерігаються на світовому ринку пива, виявленню яких присвячене наше дослідження.

Фундаментальні дослідження основ формування товарних ринків та оцінки економічного потенціалу організацій представлені у роботах І. Ансоффа, Д. Нортона, М. Портера, Г. Д. Стіглера, С. С. Гаркавенко, В. О. Точиліна, А. О. Старостної та ін.

© Зоряна Яремко, 2011.

Проте, зважаючи на суттєві зміни в сучасних умовах функціонування світових ринків під впливом поглиблення глобалізаційних процесів та кризових явищ у міжнародній економіці, розуміння сьогоднішніх особливостей розвитку ринку пива потребує ґрунтовних досліджень.

Метою нашої статті є виявлення сучасних тенденцій розвитку світового ринку пива.

Світовий ринок пива динамічно розвивається, постійно змінюється його кон'юнктура. Характерною особливістю ринку в останні роки стали злиття та поглинання [10]. Пивні корпорації ведуть активну боротьбу за перспективні й динамічні споживчі ринки різних країн світу. На даний час можна виділити такі тенденції розвитку світового ринку пива:

1. Відновлення обсягів продажів у 2010 р. після сповільнення їхніх темпів у 2009 р. Обсяг продаж пива у натуральному вираженні у 2010 р. збільшився на 1% порівняно із 2009 р. і досяг 187 млрд. л (рис. 1). Це свідчить про те, що ринок знаходиться на шляху відновлення. Проте обсяги продажів пива у натуральному вираженні ще не повернулися до передрецесійного рівня.

Слід зазначити, що ринок пива є найбільшим серед ринків алкогольних напоїв, на нього припадає 78% обсягу продажів у натуральному вираженні, порівняно з вином (11%) та спиртними напоями (8%) [5].

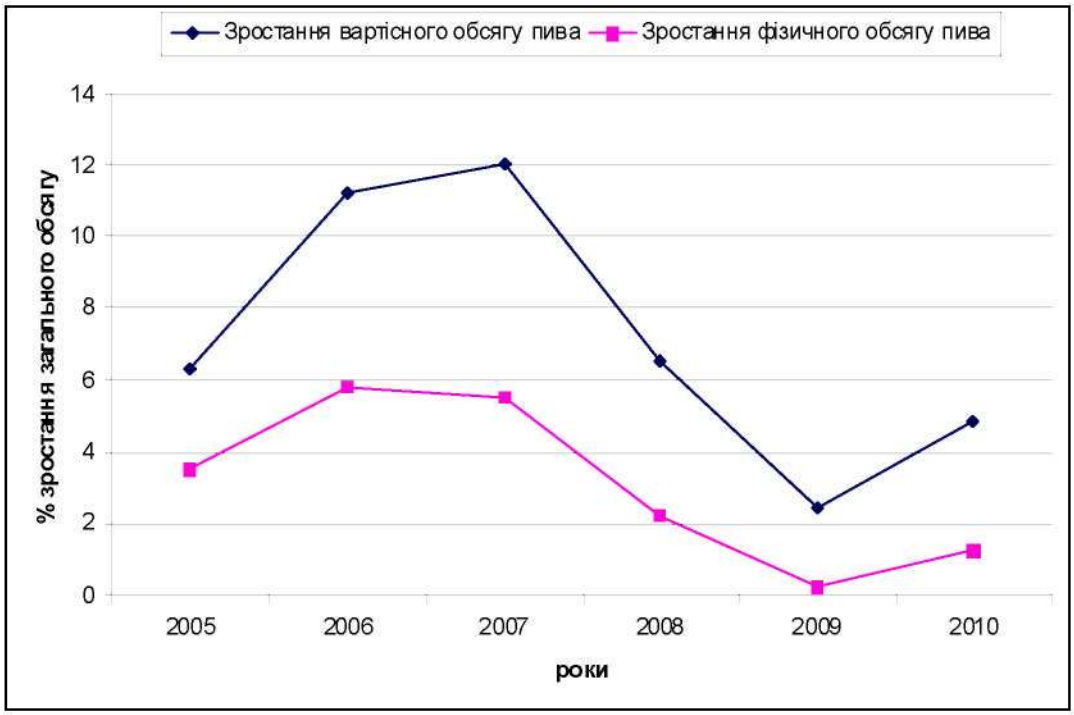


Рис. 1. ***Зростання фізичного та вартісного обсягів продажів пива на світовому ринку, 2005–2010 рр.***

Примітка. Побудовано автором за даними Euromonitor International.

Стагнація на ринку у 2009 р. та відносно незначне зростання у 2010 р. пов'язані переважно зі Східною Європою, Північною Америкою та насиченим ринком Західної Європи, які продемонстрували зниження продажів у 2009–2010 рр.

2. Посилення впливу Китаю на світовий ринок пива. У 2010 р. на Китай припадала майже чверть світового ринку пива. За останніх шість років частка Китаю на світовому ринку пива поступово зростала з 19% у 2005 р. до 24% у 2010 р. [6]. Як уже зазначалося, зростання обсягів продажів пива у натуральному вираженні на світовому ринку в 2010 р. становило 1%, проте якщо не брати до уваги показники, які стосуються Китаю, то можна спостерігати зменшення обсягів продажів пива, що свідчить про важливе значення цього ринку (рис. 2).

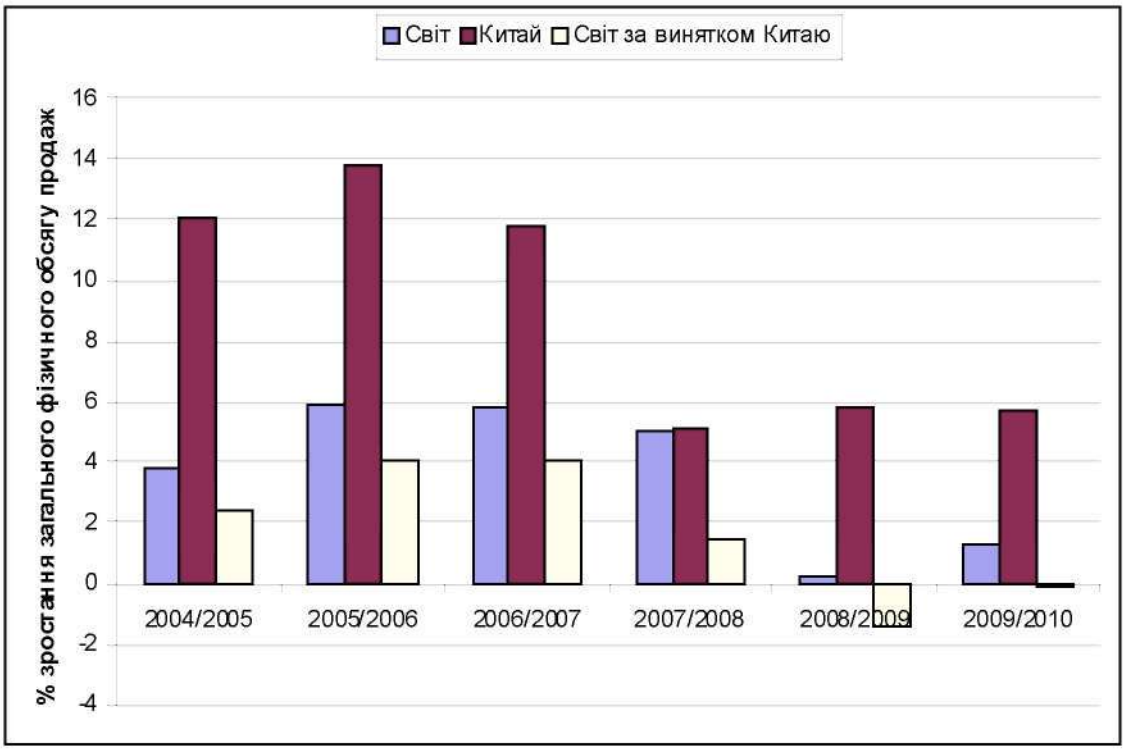


Рис. 2. ***Зростання обсягів продажів пива на глобальному та китайському ринках, 2005–2010 рр.***

Примітка. Побудовано автором за даними Euromonitor International.

3. Домінування на світовому ринку пива країн Південно-Східної Азії та Західної Європи. Південно-Східна Азія та Західна Європа є основними регіонами продажів пива як за натуральними, так і за вартісними показниками. Слід зазначити, що Південно-Східна Азія є основним регіоном продажів пива, виражених у натуральних показниках (на неї припадає 34 світових продажів), але за вартісним обсягом продажів на регіон припадає лише 25% світового ринку, що вказує на відносно низьку ціну пива (основну частину продажів пива, зокрема 70% у 2010 р., становить світле пиво економ-класу). Навпаки, Західна Європа займає 15% світового обсягу пива у натуральному вираженні, але 26% – у вартісному вираженні, що вказує на поширення в регіоні тенденції до збільшення споживання пива класу преміум. Світле пиво класу стандарт та преміум становило 74% від загального фізичного обсягу продаж у 2010 р., причому Західна Європа має відносну більшу частку інших сортів пива, крім світлого, порівняно з іншими регіонами [2].

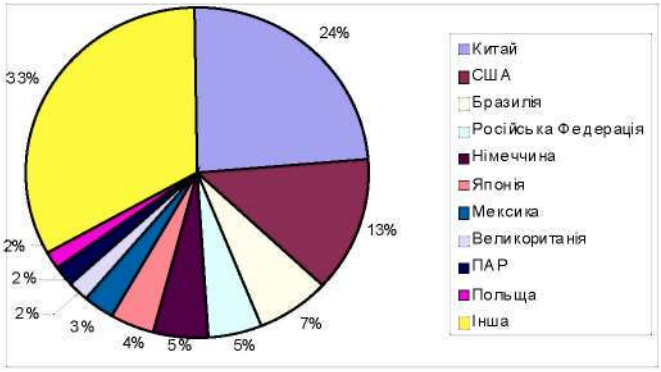
Також Південно-Східна Азія має не лише великий за обсягами ринок пива, а й пропонує значний потенціал для майбутнього зростання. Крім того, що це найбільш динамічний регіон за обсягами продаж пива у натуральному вираженні (із середньорічним зростанням в розмірі 7% у період між 2005 та 2010 рр.), споживання пива на душу населення в регіоні в обсязі 17 літрів є значно нижчим від середньосвітового показника (27 літрів у 2010 р.) [3].

4. Більша динамічність ринків, що розвиваються, порівняно зі зрілими ринками. Близький Схід та Африка, Латинська Америка та Південно-Східна Азія продемонстрували темпи зростання ринку пива як за фізичними, так і за вартісними обсягами вищі, ніж середньосвітове значення у 2010 р., в той час як Західна Європа та Північна Америка характеризувалися низькими темпами зростання фізичних та вартісних обсягів продажів пива.

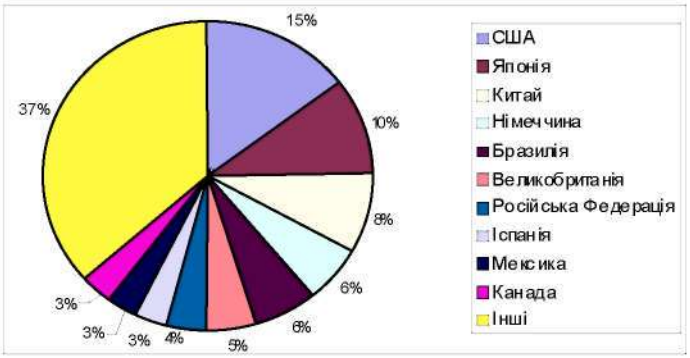
Зниження темпів зростання ринку пива у Східній Європі в 2010 р. пов'язане з економічним спадом, зокрема в Російській Федерації, зумовленим збільшенням до 200% акцизу у 2010 р., що суттєво підвищило ціни на пиво й ускладнило продажі продукції в країні.

Також у 2010 р. продемонстрували зниження продажів пива Західна Європа та Північна Америка. Зменшення обсягів продажів пива у Північній Америці, що розпочалося у 2009 р., зумовлене переважно рецесією. У Західній Європі зменшення продажів пива спостерігається вже впродовж кількох років, а рецесія відповідно прискорила цей процес. За прогнозами, зменшення обсягів продажів пива продовжуватиметься на таких насичених основних ринках, як ринки Німеччини і Великобританії [4]. Крім того, що зменшення продажів пива зумовлене старінням населення, сповільнення економічного зростання означає, що на зменшення обсягів пива, як і раніше, впливає зниження обсягів торгівлі у місцях споживання пива, а також перехід споживачів алкоголю на споживання сидру, вина та безалкогольних напоїв.

5. Стабільність позиції на світовому ринку пива 10 країн-лідерів. На топ 10 найбільших світових ринків пива у 2010 р. припадало 67% продажів за натуральними обсягами та 63% продажів за вартісними показниками [9]. Впродовж останніх 5 років частка фізичного обсягу 10 лідируючих ринків залишилася відносно незмінною, за винятком Польщі, котра увійшла у топ 10 ринків у рейтингу, в той час як Іспанія вибула з нього.



а) фізичні обсяги продажів



б) вартісні обсяги продажів

Рис. 3. *Топ 10 ринків пива у світі, 2010 р.*

Примітка. Побудовано автором за даними Euromonitor International.

6. Високий рівень консолідації світового ринку пива. Anheuser-Busch InBev є найбільшою пивоварною компанією у світі. У 2010 р. на неї припадало 19% світового фізичного обсягу продажів, що майже в два рази більше, ніж частка другої найбільшої пивної компанії SABMiller, яка займає 10% ринку (рис. 4).

Ринок пива надзвичайно консолідований, на топ 10 броварень припадає 61% загального фізичного обсягу продажів у 2010 р., порівняно з ринком вина, на якому на топ 10 виноробів припадає лише 13% світового ринку вина [1].

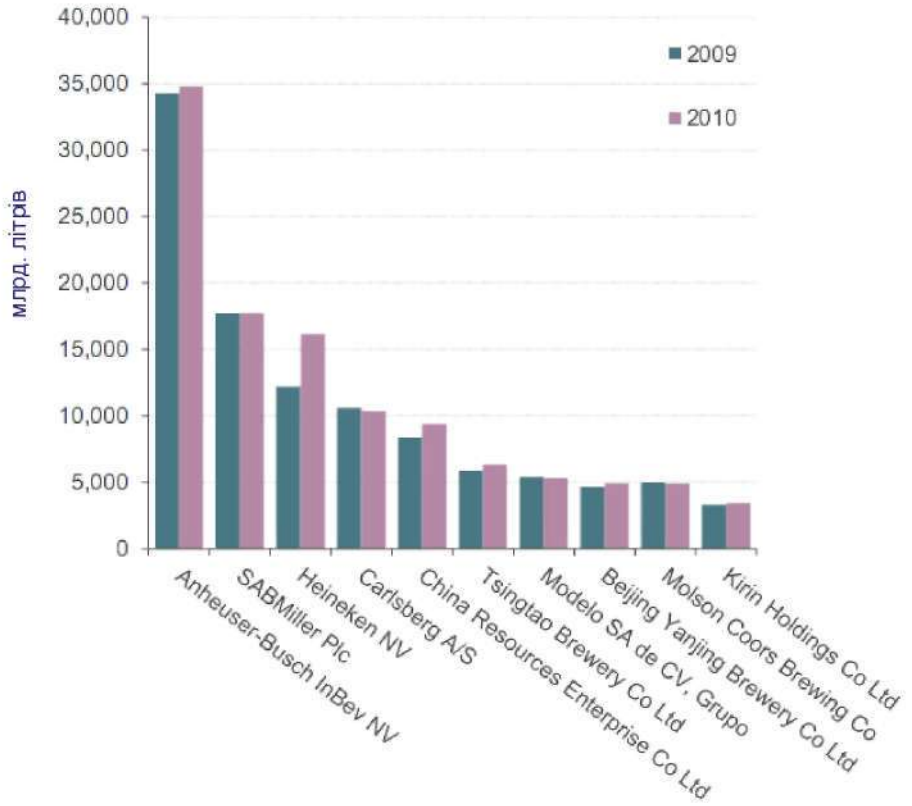


Рис. 4. *Топ 10 пивоварень світу, 2009–2010 рр.*

Примітка. Побудовано автором за даними Euromonitor International.

Крім цього, рейтинг топ 10 світових компаній із виробництва вина залишається незмінним із 2005 р., на відміну від світового ринку пива, на якому консолідація триває вже протягом кількох років і пов'язана із поглинанням компанією Anheuser-Busch у 2008 р. компанії InBev та купівлею компанією Heineken компанії FEMSA у 2010 р. [7].

Поглинання компанією Heineken компанії FEMSA зумовило те, що Heineken стала найбільш швидкозростаючою компанією у рейтингу зі збільшенням на 30% фізичного обсягу продажів у 2010 р., суттєво зменшивши розрив із компанією номер два у світі – SABMiller [10].

7. Лідерство на світовому ринку китайського бренда. На китайський пивний бренд Snow – лідера серед глобальних пивних брендів, припадає 5% загального світового фізичного обсягу продажів у 2010 р. Snow, яким володіє китайська пивоварня China Resources, – локальний бренд, його продажі сконцентровані на ринку Китаю. Це є незвичним, на відміну від брендів спиртних напоїв, які є більше глобальними. Таким чином, пивні бренди – відносно локальні, хоча пивні компанії – глобальні. Винятком серед них є бренди Budweiser та Heineken, що характеризуються суттєвою міжнародною присутністю. Це особливо стосується Heineken, 40% натурального обсягу продаж якого походить із-за меж внутрішнього ринку Нідерландів, що робить цей бренд справді глобальним брендом.

8. Темпи зростання торгівлі пивом у місцях споживання перевищили темпи зростання торгівлі пивом у місцях продажів. Слід зазначити, що в 2010 р. темпи зростання торгівлі пивом у місцях споживання були швидшими, ніж темпи зростання торгівлі у місцях продажу, причому очікується, що ця тенденція буде тривати. Проте це не означає, що споживачі знову збільшили відвідування ресторанів, кафе, барів та пабів. Якщо зі світових даних виключити дані, що стосуються Китаю та Російської Федерації, то можна спостерігати ситуацію зростання торгівлі у місцях продажу та зменшення торгівлі у місцях споживання. Це підкреслює важливість на світовому ринку пива цих двох ринків, що динамічно розвиваються. Значення Російської Федерації та Китаю обумовлене відносною перевагою торгівлі у місцях споживання поглинати 200% зростання акцизу на пиво у Російській Федерації

та збільшенням середнього класу у Китаї. Тим не менше, ці два ринки є швидше винятками із правила, оскільки торгівля пивом у місцях споживання продовжує зазнавати значних труднощів.

9. Роздрібна торгівля через Інтернет – найбільш динамічний канал продажів пива. Супермаркети/гіпермаркети та невеликі самостійні бакалійні крамниці залишаються найбільш важливими каналами торгівлі пивом у місцях продажу, із 33% та 29% частками торгівлі у місцях продажу в 2010 р. Серед магазинів роздрібної торгівлі найбільше зростання у період між 2005 та 2010 рр. продемонстрували дискаунтери, що отримали вигоду від споживачів із низькими доходами. Роздрібна торгівля через Інтернет стала найбільш динамічним каналом продажів пива, демонструючи майже 10% зростання, отримуючи вигоду аналогічно дискаунтерам від споживачів, що намагаються економити кошти.

10. Продажі світлого пива переважають серед інших сортів пива на світовому ринку. Світле пиво у 2010 р. займало 93% світових продажів пива у натуральному вираженні та 91% – у вартісному (рис. 5). Хоча обсяги продажів слабо- і безалкогольного пива залишаються малими порівняно зі світлим пивом, проте воно продемонструвало найкращі тенденції у торгівлі на світовому ринку в 2010 р. як за натуральними, так і за вартісними показниками обсягу продажів. Фізичний обсяг продажів слабо-/безалкогольного пива збільшився на 6% порівняно з 1% для світлого пива. Збільшення обсягів продажів слабо-/безалкогольного пива зумовлене зменшенням споживання алкоголю покупцями та суворим регулюванням керування транспортними засобами у нетверезому стані в багатьох країнах світу [8].

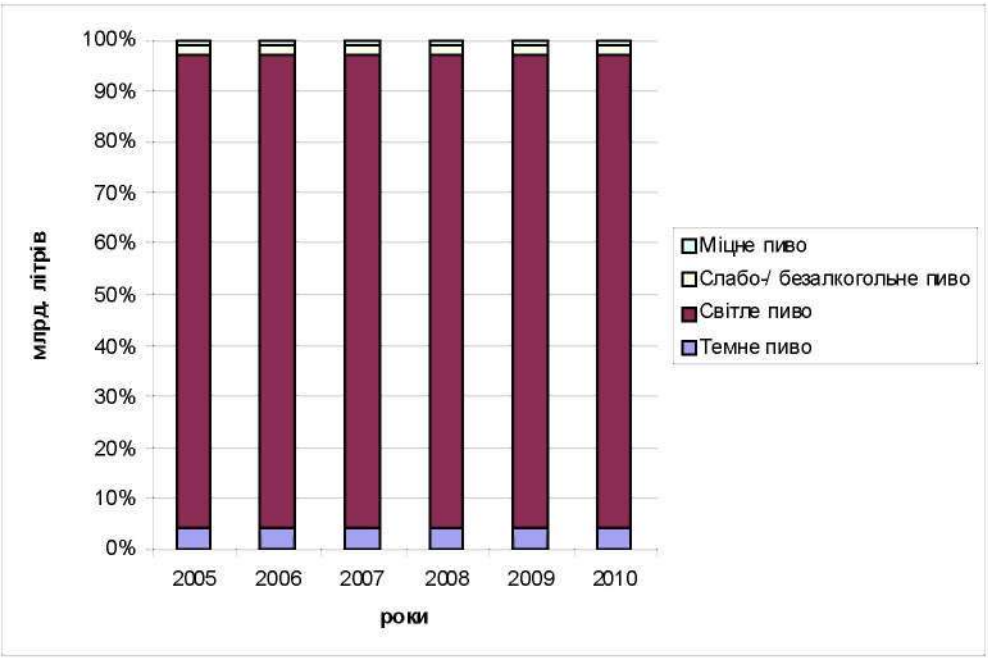


Рис. 5. ***Світовий ринок пива за сортами пива, 2005–2010 рр.***

Примітка. Побудовано автором за даними Euromonitor International.

Міцне пиво займає найменшу частку на світовому ринку пива, зокрема у 2010 р. на нього припало менше, ніж 1%, що зумовлено переважно зменшенням споживання цього сорту пива на ключових ринках в Ірландії і Великобританії.

На торгівлю темними сортами пива, з одного боку, негативно вплинув імідж старомодності на багатьох традиційних ринках, проте з іншого боку, його продажі збільшилися за рахунок популярності пшеничного пива серед молоді, завдяки його солодкуватому та м'якому присмаку, а також ремісничих сортів пива, більшість із яких є темними. Їхня популярність збільшується на розвинених ринках США й Великобританії [3].

Проведений аналіз сучасного світового ринку пива дав змогу виявити такі тенденції його функціонування: відновлення обсягів продажів після їхнього суттєвого зменшення у 2009 р.; суттєве

зростання значення Китаю; домінування на ринку країн Південно-Східної Азії та Західної Європи; зростання динамічності ринків країн, що розвиваються; практичну незмінність позицій на світовому ринку пива 10 країн-лідерів; лідерство на світовому ринку «локально-глобального» китайського бренда Snow; збільшення темпів торгівлі у місцях споживання пива порівняно з місцями його продажів; динамічний розвиток торгівлі пивом через Інтернет; суттєве домінування на світовому ринку продажів світлих сортів пива та збільшення попиту на слабо-/ безалкогольні, пшеничні й ремісничі сорти пива.

Таким чином, світовий ринок пива залишається вкрай локалізованим, а пивовари перебувають у постійному пошуку можливостей для зростання бізнесу, що зумовлює необхідність продуктової, географічної диверсифікації, а також диверсифікації каналів розподілу продукції не лише для глобальних пивних компаній, а й для вітчизняних пивоварів, чому будуть присвячені подальші наукові розвідки автора.

Література

1. *Anheuser-Busch InBev NV in world beer market [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.euromonitor.com*
2. *Beer statistics 2010 edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dev.brauerbund.de/download/Archiv/PDF/statistiken/101126%20The%20Brewers%20of%20Europe%20-%20Beer%20Statistics%202010.pdf*
3. *Colen L. Beer drinking nations. The determinants of global beer consumption / L. Colen, J. F. M. Swinnen [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.wine-economics.org/workingpapers/AAWE_WP79.pdf*
4. *Global alcoholic drinks projection 2011 – Part 1: Alcoholic drinks and beer [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.euromonitor.com*
5. *Global performance and prospects for beer [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.euromonitor.com*
6. *Growth opportunities for beer suppliers [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.euromonitor.com*
7. *Heineken in world beer market [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.euromonitor.com*
8. *Restrictions on the sale and supply of alcohol: evidence and outcomes [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ndri.curtin.edu.au/local/docs/pdf/publications/R207.pdf*
9. *Sankrusme S. A study of beer market leader, challengers and niche strategies / S. Sankrusme [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.waset.org/journals/waset/v43/v43-90.pdf*
10. *Strategies for growth in an increasingly consolidated global beer market [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.euromonitor.com*