

## Стратегия развития пивной индустрии

Осина Г.И.  
epiop2010@yandex.ru

*Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики  
Институт холода и биотехнологий*

***В статье дан рынок пивной продукции, перспективы развития индустрии, проблемы, обзор продукции, реализация продукции.***

***Ключевые слова:*** пиво, пивоварение, промышленность, эффективность, бренд, развитие.

Пивоваренная промышленность является одной из динамично развивающихся отраслей пищевой промышленности, дальнейший рост и повышение эффективности развития вносит значительный вклад в экономику страны и развитию смежных отраслей, таких как сельское хозяйство, транспортное хозяйство, пищевое машиностроение, стекольное и тароупаковочное производство и др. Значимость данной отрасли обуславливается тем, что по уровню налоговых поступлений она является бюджетообразующей, кроме того пивоварение выполняет социальные задачи, такие как обеспечение занятости и постепенное замещение крепкого алкоголя слабоалкогольными напитками. Все это свидетельствует о стратегическом значении развития пивоваренной промышленности страны [1]. В отрасли насчитывается 760 предприятий. По производству наша страна занимает четверное место, уступая лишь Китаю, США, Германии.

Один из показателей развития пивоваренной отрасли – уровень потребления пива на душу населения, например, Германия 146,1 л в год; Великобритания 121 л; Россия 70 л.

Несмотря на появление значительного количества импортного пива, российский потребитель продолжает ориентироваться на сорта пива, производимого отечественными пивоваренными заводами. Наиболее популярным сортом остается «Жигулевское» 47,9 % от потребления пива, которое выпускает практически любой региональный пивзавод. В число национальных сортов выдвинулась «Балтика» 28,6 %, производимая петербургским пивоваренным заводом, «Очаковское» 6,1 %, производство Моспивокомбинат «Очаково». Среди наиболее популярных импортных сортов ведущее место занимает Bavaria 9,5 % и Holsten 6,3 %, что объясняется как удачным сочетанием цены и качества, так и активной рекламной компанией.

Наиболее массовым сегментом российского рынка пива остаются сорта, предлагаемые по средним ценам и имеющие приемлемое качество.

Более высокая доля потребителей пива в целом по России, ориентирующихся на низкую цену, объясняется значительным разрывом в уровнях доходов в среднем по Москве и по России. Поскольку в ближайшие годы не ожидается выравнивание межрегиональных различий в уровне доходов на душу населения, а также их существенного повышения в целом по России, сложившаяся "ценовая" структура потребительского спроса населения на пиво будет сохраняться.

Начиная с 2008 г происходит спад производства пива на фоне мирового финансового кризиса, который усугубляет положение, накладывая на отрасль дополнительные негативные факторы вкупе с ростом тарифов на услуги естественных монополий, увеличением ставки акциза и высокие темпы инфляции.

Производственные показатели отрасли показывают значительную неравномерность развития рынка по регионам. Так, результаты четырех из семи федеральных округов имеют отрицательные показатели, которые ниже отраслевого уровня. Причем наибольшая динамика падения производства наблюдается в двух крупнейших центрах по производству пива – Центральном федеральном округе (ЦФО) и Северо-Западном (СЗФО). Наиболее существенное падение производства пива зафиксировано в Ивановской области (- 21,5 %), Москве (- 11,1 %), Московской области (- 5,7 %), в Калужской (- 6,8 %) и Курской (- 4,2 %) областях. Высокий рост производства, даже в сравнении с рекордным результатом 2007 г. продемонстрировала Воронежская область, достигнув отметки (58,9 %). Однако такой значительный рост в этом регионе не смог компенсировать общее падение производства в ЦФО, на уровне - 2,8 % по сравнению с аналогичным периодом 2007 года.

Существенным сдерживающим фактором более глубокого падения производства пивоваренной отрасли стали высокие показатели Приволжского ФО, второго по объемам производства пива, в котором сосредоточены производственные площадки многих ведущих производителей пива. Здесь, во всех регионах зафиксированы высокие показатели: Самарская (30,8 %), Пензенская (40,8 %) и Нижегородская (13,6 %) области, в республиках Татарстан (15,4 %) и Башкортостан (13,8 %), в Пермском крае (12,9 %).

В Сибирском федеральном округе рост составил 6,8 %, в Дальневосточном округе – 4,2 %. Среди крупных пивоваренных центров в данной части России стоит особо отметить Новосибирскую и Иркутскую области, рост производства в которых соответственно составил (88,3 %) и (42,1 %), что значительно превышает показатели даже самых успешных периодов развития отрасли.

Однако, положительные результаты итогов работы пивоваренных предприятий в трех из семи федеральных округах, не смогли компенсировать снижение производства, в первую очередь, в ЦФО и СЗФО, что в итоге привело к отрицательным показателям всей отрасли. Развитие отрасли зависит от географии. Это объясняется тем, что культура потребления пива и замещение им крепкого алкоголя в разных регионах России развиваются неравномерно, что в первую очередь, обусловлено разницей в социально-экономическом

развитии регионов. Помимо негативной экономической конъюнктуры, существенное влияние на результат работы отрасли оказывают погодные условия, не стимулирующие потребление пива. В летние месяцы его потребляют в 3-5 раз больше, чем зимой. Одним из факторов, сдерживающим развитие отрасли, является недостаточная развитость сырьевой базы. Наиболее узким местом является обеспечение предприятий отрасли солодом и хмелем. В целом по отрасли обеспеченность солодом за счет российского производства составляет 70 %. Дефицит покрывается за счет импортного дорогостоящего и не всегда качественного солода из европейских стран, что не только удорожает производство, но и ухудшает качество пива. Потребности в хмеле (7-8 тыс. т ежегодно) обеспечиваются за счет отечественного производства в среднем на 30 % [2]. Крупнейшие пивоваренные заводы, расположенные в Москве и Санкт-Петербурге, работают в основном на импортном хмеле из Чехии, Германии, США. Товарным производством хмеля в России занимается около 180 хозяйств. Основное производство сосредоточено в Чувашской Республике. Министр сельского хозяйства поручила президенту Национального союза производителей пивоваренного ячменя и солода разработать аналитическую целевую программу «Производство качественного пивоваренного сырья в РФ на период 2013-2020 гг.», которая даст возможность развития материально-технической базы хозяйств.

Экономический кризис не помешал продвижению российских пивоваров на зарубежные рынки. Так, «Пивоваренная компания Балтика» поставляет пиво в Японию, Китай, Монголию, Австрию, Корею и Новую Зеландию. Безалкогольное пиво поставляется в страны Персидского Залива (Саудовская Аравия, Кувейт, Бахрейн, Катар, Оман), т. е. в страны исповедующие ислам. Вот что говорится в комментариях к законам Шариата: «Пиво, содержащее алкоголь, запрещено из-за его опьяняющих свойств. Поэтому, если в напитке отсутствует алкоголь и он не опьяняет, то в таком случае нет причины для его запрета». Компания «Очаково» продвигается на рынок Канады с пивом марки «Очаково Премиум Светлое». Компания в середине года зафиксировала рост объема экспортных продаж на 44 % в денежном выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Свои успехи специалисты «Очаково» связывают с совершенствованием системы взаимодействия с партнерами, а также с созданием универсальной экспортной этикетки для пива на нескольких языках.

Помимо увеличения российских брендов на зарубежных рынках, в отрасли проявляется и другая тенденция, когда экспорт рассматривается как инструмент входа на рынок, а дальше компании увеличивают свою долю за счет производства. Так "Балтика" приобрела пивоваренный завод «Баку-Кастель» в Азербайджане. Было выпущено 5 основных брендов пива «Балтика», которые уже сегодня популярны в этой стране и поставляются из России. Важной особенностью пивоваренной отрасли является то, что ее производственные площадки распределены по всей стране. Это позволяет разделить социальные выгоды от развития отрасли между регионами, и в плане рабочих мест, и в плане налоговых поступлений в местные бюджеты.

Производители пива развернули бурную деятельность в регионах. Ведущие компании инвестируют новые проекты, модернизируют существующие производства, внедряют инновации в системы управления и логистики.

В Пермском филиале «САНИнБЕв» работает новая линия компании KHSAT (Германия), которая разливает пиво в алюминиевую банку объемом 0,5 л, с предельной производительностью 60 тыс. банок в час. На ней разливаются как лицензионные марки «Левенброй», «Старопрамен», а также национальные бренды «Сибирская корона», «Клинское», «Тинькофф», «Толстяк». Ввод этой линии розлива связан с ростом популярности этого формата упаковки среди потребителей. Курский филиал «САНИнБев» направил на модернизацию основных фондов 53 млн. руб, в том числе на модернизацию линии стекла и линии розлива пива в ПЭТ бутылки новой формы. Компания «Очаково» на своем краснодарском филиале ввела в эксплуатацию линию розлива ПЭТ-7 французской фирмы SIDEL мощностью до 100 тыс. дал продукции в сутки в бутылки объемом 2,5 и 2 л. «Средневожская промышленная группа» продолжает модернизацию пивзавода в городе Маркс Саратовской области. В регионах развивается и сегмент малых пивоварен поклонников «живого пива». С момента своего появления мини-пивоваренные предприятия внесли разнообразие в ассортимент выпускаемого пива, заново познакомили потребителей со свежим, только что приготовленным нефилтрованным, непастеризованным, неконсервированным, так называемым настоящим «живым пивом». Эти мини-предприятия, как правило, располагаются в непосредственной близости к местам потребления непосредственно в ресторанах, кафе, барах, клубах, магазинах «живого пива», что дает возможность посетителям наблюдать за процессом приготовления пива, при этом повышается их степень доверия к производителю. Такие предприятия обычно вырабатывают от 50 до 6000 л пива в сутки, но при необходимости могут быстро наращивать или сокращать выпуск пива, менять их ассортимент и таким образом безболезненно адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, особенно в кризисных ситуациях.

В настоящее время их количество постоянно увеличивается, и по приблизительной оценке таких мини-производств свыше тысячи, как импортного так и отечественного производства. Рынок живого пива в Санкт-Петербурге распределяется следующим образом: «Василеостровская пивоварня» 76 %, пивной завод «Петробир» 8 %, пивоварня «Толстый фряер» 10 %, пивоварня «BLONDER BEER» 1 %, ресторан-пивоварня «Градъ Петровъ» 1 %, минипивоварня «Аргус» 4 %.

Малое пивоварение занимает сравнительно малую долю отечественного рынка (по предварительной оценке от 3 до 5 %), но все большее количество потребителей «живого», разливного, свежего пива предпочитают употреблять этот тип пива, что создает обнадеживающие перспективы на будущее для развития этого направления пищевой индустрии.

На правительственном совещании 25 апреля 2012 г было дано поручении регулятору рынка алкогольной и спиртосодержащей продукции и Комитету СФ по аграрно-продовольственной политике и природопользованию о проведении

совместного расширенного мероприятия с участниками всех звеньев производственной цепочки для обсуждения:

- необходимости введения дифференцированного акцизного налогообложения предприятий пивоваренной отрасли в зависимости от объемов производства, планов повышения акцизов;
- появление отдельного «окна» для общения предприятий мелкого и среднего бизнеса с регулятором рынка «Росалкогольрегулирование»;
- введение трехлинейного переходного периода от вступления в силу запрета на использование ПЭТ-тары и несоложенного зерносырья.

Потенциал российского рынка потребления пива велик, он имеет высокие темпы роста и хорошие перспективы развития. Сроки окупаемости вложений в пивную индустрию меньше, чем за рубежом, а рентабельность крупного производства при благоприятной налоговой политике может достигать 30-40%. Бизнес в области производства пива является привлекательным для инвестора. В 2012-2013 гг. Национальный союз производителей пивоваренного ячменя и солода направит свои усилия на укрепление диалога с государственными законодательными и исполнительными органами государственной власти с целью формирования сбалансированной и взвешенной политики, основанной на защите интересов отечественных производителей пива.

### **Список литературы**

1. Огенесян Л.А., Саркисов Г.И., Магомедов М.Д., Е.Ю. Алексеяченко. Эффективность развития предприятий пивоваренной отрасли. Пиво и напитки. № 3, 2012 г. Изд-во пищевая промышленность. М.: (4-8)-120с.
2. Итоги работы национального Союза производителей пивоваренного ячменя и солода в 2011-2012 гг. Пиво и напитки. №4 2012. Изд-во пищевая промышленность. М. (50-51)-121 с.

## **Strategy of evaluation beer industry**

Osina G.I.  
epiop2010@yandex.ru

*St. Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics  
Institute of Refrigeration and Biotechnologies*

***In article there is market brewing industry, perspectives development Industry, problems, reviewed are about the production and realization of products.***

***Key words:*** beer, brewing, industry, effectiveness, development, brand.