

УДК 621.798

# Пиво в Украине (рынок, упаковка, тенденции)

Н.А. Лавриненко, АО «Укрпиво», г. Киев

Для славян пиво никогда не являлось традиционным напитком, в отличие от народов многих европейских стран (Германия, Голландия, Бельгия и др.). Однако в 90-х годах прошлого столетия, когда в нашу общественную среду вошла рыночная экономика со своими законами, нормами и правилами, пиво стало приобретать все большую популярность у населения, а его потребление начало неуклонно расти.

Вместо двух известных в Советском Союзе сортов пива сейчас в Украине можно купить полюбившийся многим напиток, выбрав его среди многочисленных торговых марок ведущих украинских пивзаводов и европейских лидеров пивного рынка. Сегодня на полках супермаркетов есть пиво на все вкусы: светлое, темное, безалкогольное, «живое»...

Основные объяснения такой метаморфозы следует искать в использовании украинскими производителями качественного сырья, современных технологий и оборудования, разнообразной и эффективной упаковки на все случаи жизни. Нельзя также забывать, что благодаря составу и свойствам пива его потребление в умеренных количествах приносит только пользу. Не случайно в некоторых украинских санаториях пивотерапия стала эффективным способом использования лечебных свойств пива.



## Рынок пива

Украинский рынок производства и потребления пива на протяжении всех лет независимой Украины отвечал формированию условий рыночной экономики, развитию конкуренции на отечественном пивном рынке. Можно наблюдать несколько характерных периодов его развития: от стагнации (1990–1999 гг.) и выравнивания (2000–2003 гг.) до стабильного роста (2004–2008 гг.) и равновесного состояния (2009–2012 гг.) (рис. 1).

Каждому перечисленному периоду соответствовали свои условия. Нет смысла сегодня подробно рассматривать и анализировать, как они складывались в эти годы. Стоит только отметить некоторые главные причины такого резкого и стабильного роста производства и потребления пива в Украине во второй половине первого десятилетия XXI века. В эти годы завершался процесс структуризации украинских производителей пива. На украинский рынок пришел иностранный капитал, в производство делались серьезные инвестиции, осваивались инновационные проекты, внедрялись современное оборудование и технологические линии на всех стадиях производства, фасования и упа-

ковки пива. В результате росли мощности украинских производителей пива, а на рынке потребитель мог насладиться широчайшим ассортиментом пива украинских и зарубежных брендовых марок в различной упаковке на все вкусы.

В результате всех этих процессов вместо около 150 маломощных, с устаревшими технологиями и изношенным оборудованием пивзаводов конца 80-х годов прошлого столетия на рынке осталось около 40 предприятий, среди которых ПАО «Сан ИнБев Украина», ПАО «Оболонь»,

ПАО «ПБК «Карлсберг Украина» и приближающаяся к ним по объемам производства компания «ЧАО «Эфес Украина», которые не только доминируют в объеме производства пива (95%), но и определяют основные тенденции развития как производства, так и потребления этого напитка (рис. 2).

Вместе с тем нельзя забывать, что украинский рынок пива, как, может, никакого другого продукта, подвержен влиянию многих факторов. Среди них следует отметить государственное регулирование (акциз, цены на сырье, энергоносители, сбор

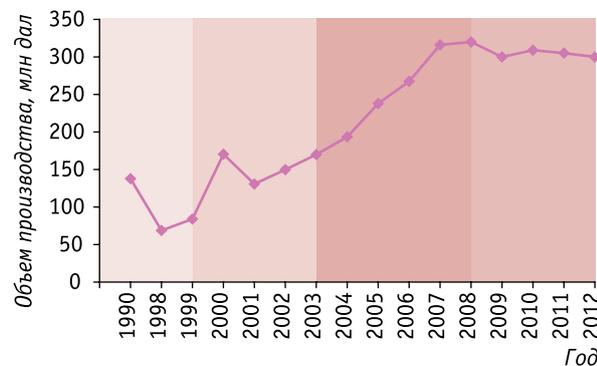


Рис. 1. Состояние производства пива в Украине (по данным Госкомстата) в различные годы: стагнация ( ), выравнивание ( ), стабильный рост ( ), равновесное состояние ( )

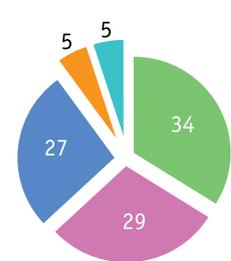


Рис. 2. Структура производителей пива в Украине, %: ПАО «Сан ИнБев Украина» ( ), ПАО «Оболонь» ( ), ПАО «Карлсберг Украина» ( ), ЧАО «Эфес Украина» ( ), другие ( )

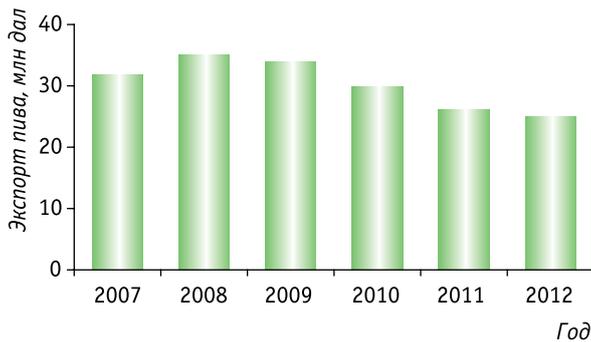


Рис. 3. Экспорт пива украинских производителей

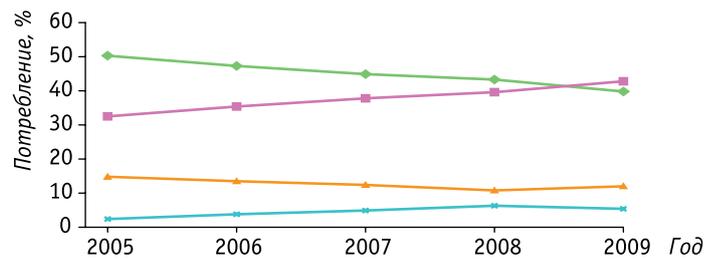


Рис. 4. Структура потребления пива в Украине в различных видах упаковки: стеклянная бутылка (→), бутылка из ПЭТФ (→), кег (→), алюминиевая банка (→) (по данным компании AC Nielsen, предоставленным ПАО «Сан ИнБев Украина»)

на спецводопользование, запрет на употребление пива в общественных местах и др.), экономическое состояние потребителей (уровень доходов и их различное распределение среди слоев населения), наконец, экономические барьеры в торговле с другими странами. Вместе с тем мощности украинских производителей пива сегодня достаточны для того, чтобы увеличить объем его производства на 30–40 %, как наращивая экспорт пива в другие страны (рис. 3), так и повышая уровень потребления пива населением Украины, тем более что этот уровень еще значительно отстает от уровня его потребления в других странах (таблица).

### Упаковка для пива

Пиво является одним из самых натуральных продуктов, который подделывать, испортить практически невозможно. Вместе с тем доставить пиво потребителю через торговые сети без упаковки нельзя. Тара для пива существует не менее 7 тыс. лет. Все это время — тысячи лет — пиво содержали в сосудах из керамики и деревянных емкостях (бочках). Других материалов, которые бы подходили для хранения пива, не было. И только во второй половине XVIII ст. пиво обрело новую тару — стеклянную бутылку. Стекло имело преимущество перед керамикой — в стеклянной таре лучше сохранялось качество пива. Упаковка защищает пиво от изменения его свойств, создает удобства для потребления этого напитка, эффективно влияет на снижение издержек при хранении и доставке пива в торговые сети. В советские времена для фасования пива использовали стеклянные бутылки и деревянные бочки, которым

потом на смену пришли алюминиевые 100-литровые. Во всех кафе, столовых, чайных пиво продавалось из таких бочек. В них вставляли специальный насос, с помощью которого разливали напиток в бокалы. Да и низкое потребление пива в советские времена, которое составляло максимум 22 л в год на одного человека, во многом объяснялось ограниченными видами упаковки.

Сегодня на украинском рынке и большинстве рынков других стран пиво упаковывают в стеклянные бутылки, бутылки из ПЭТФ, алюминиевые банки и кеги. Причем структура упаковки для пива отличается на разных рынках и во многом зависит от традиций потребления данного напитка, потребительского спроса, экономических возможностей населения, развития упаковочной индустрии, системы утилизации использованной упаковки и других факторов.

На украинском рынке структура используемой упаковки для пива за последний десяток лет претерпела определенные изменения (рис. 4). Прежде всего они объясняются конкуренцией бутылок из стекла и ПЭТФ. В 2009 г. потребление пива в бутылках из ПЭТФ впервые превысило потребление пива в стеклянных бутылках. Наблюдается постепенный рост использования банок из алюминия для упаковывания пива, который в значительной степени объясняется активностью на рынке отечественного производителя такой упаковки. Вместе с тем использование кегов для пива демонстрирует относительно стабильное их применение и во многом зависит от развития сети общественного питания (рестораны, бары, кафе) и торговых сетей.

Страна	Потребление
Чехия	160
Ирландия	150
Германия	118
Австрия	114
Великобритания	100
Бельгия	97
Дания	95
Финляндия	85
Россия	67
<b>Украина</b>	<b>61</b>

Источник: Baltic Beverages Holding

Любая упаковка для пива имеет своего потребителя со своим менталитетом, традициями, ценностями и возможностями. В основном потребитель регулирует структуру упаковки для пива, обращая свое внимание на тот или иной вид упаковки и тем самым формируя потребительский спрос, который через торговые сети учитывается производителями пива. Традиционно в Украине для упаковывания пива использовалась 0,5 л стеклянная бутылка, которая производилась и сегодня производится различной формы, в том числе и в брендовой упаковке. Нынешняя 0,5 л бутылка из стекла имеет массу на 50–60 % меньше, чем у ее исторической предшественницы из советских времен, она прочнее, прозрачнее и используется для упаковывания пива среднего и высокого ценового сегмента. Конечно, затраты на логистику доставки пива в стеклянной бутылке выше, чем в других видах упаковки, да и отсутствие специальных пунктов по приему пустых бутылок из-под пива также сдерживает их использование.

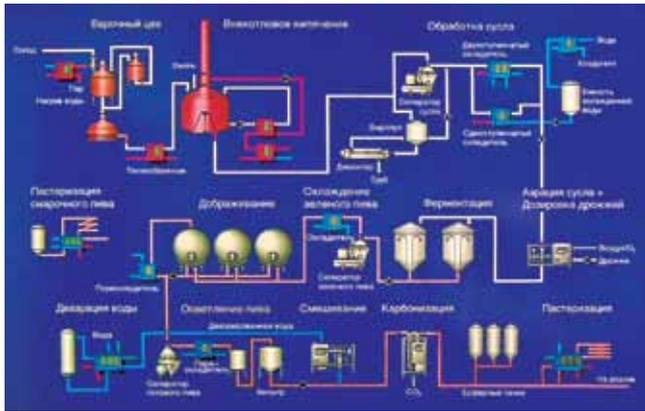


Схема процесса пивоварения

Бутылка для пива из полиэтилен-терфталата (ПЭТФ) появилась в середине 60-х гг. XX в. Создавая конкуренцию стеклянной таре, она могла надежно сохранять газированные и спокойные напитки. Ее «родителем» является Натаниэл Уайет. Сначала он создал бутылку из нейлона, а затем использовал ПЭТФ.

Бутылка из ПЭТФ для безалкогольных напитков и пива ворвалась на украинский рынок в начале этого века так же стремительно, как и неожиданно. В европейских странах она занимает незначительный объем (4–10 %) среди других видов упаковки. Очевидно, незначительный вес, как правило, большая вместимость (1–1,5 л и иногда 2 л), удобство хранения и потребления и, что очень важно, меньшая цена совпали с низким уровнем потребительской способности украинского населения, традициями потребления пива в компаниях на природе, а не в ресторанах и барах, как это принято в Западной Европе. Все это способствовало тому, что объем производства и потребления пива в упаковке из ПЭТФ к 2012 г. достиг 50 %, и, по мнению экспертов, такой уровень сохранится в ближайшие годы.

Относительно безопасности упаковывания пива в бутылки из ПЭТФ. Сегодня заводы имеют мощные лаборатории, которые постоянно контролируют процесс изменения свойств пива во всех видах упаковки, в том числе и в бутылках из ПЭТФ. Кроме того, каждая партия пива подвергается контролю его качества. Предприятия с каждой партией оставляют пиво в упаковке для хранения в заводских, складских условиях в качестве контрольных образцов для решения каких-либо проблем в торговых сетях.

В прошлом году могла возникнуть проблема с экспортом украинского пива в бутылках из ПЭТФ в страны Таможенного союза (Россия, Казахстан, Беларусь) из-за того, что в проекте Технического регламента Таможенного союза «О безопасности алкогольной продукции» предполагалось запретить использование бутылок из ПЭТФ для упаковывания пива для продажи на территории союза. Но это была скорее надуманная проблема, в большей степени с политической подоплекой, которую совместными усилиями украинских специалистов и пивоваров перечисленных стран удалось снять с повестки дня и убрать из нормативного документа.

В начале XX в. пиво стали реализовывать в жестяных банках, но у них был очень существенный недостаток — трудность и неудобство в открытии банки. Банки из жести сменили банки из алюминия — с той же проблемой открывания. И только в конце 70-х гг. XX в. крышку пивной банки оснастили ключом, прикрепленным в центре крышки, часть которой ослабили, чтобы легче было открывать банку. В Украине в алюминиевые банки упаковывается незначительный объем пива. Начали пивовары с 1 % в общем объеме, сегодня данный показатель достиг 6 %, но и это не предел. Основное преимущество такой упаковки в ее удобстве, банка из жести удобна как для потребления пива, так и для его транспортирования.

Наконец, упаковывание пива в кеги. Сегодня его объем стабильно держится в пределах 11–12 %. Но и здесь очень многое зависит от рынка, и в первую очередь от развития сети ресторанов, баров, супер- и гипермаркетов. В Европе продажа пива в

таких заведениях преобладает, и в некоторых странах ее объем достигает 40–50 %. Конечно, на это оказывают влияние несколько факторов: культура и традиция потребления пива, развитие сети ресторанов, баров, специального оборудования для фасования пива и производства самих кегов.

В Украине кеги не производятся. Их привозят в основном из Германии, где работают фирмы с многолетними традициями. Сегодня в этом сегменте быстро развивается Китай, который изготавливает кеги дешевле, чем в Европе. В Украине были попытки организовать производство кегов в Коростене, на заводе химического машиностроения. Но эти попытки оказались неудачными.

Сегодня на рынке получили распространение более дешевые одноразовые кеги, они стоят до € 15, но это уже невозвратная тара. Такие кеги изготавливаются из металла меньшей толщины, чем у многооборотных, и имеют разовые фитинги. Вместимость данной упаковки 20, 30 и 50 л. Одноразовые кеги вместимостью 20 и 30 л изготавливают также из полимерных материалов, и стоимость их от € 8. Сегодня пиво в такие кеги упаковывают ПАО «Оболонь», пивзавод «Микулинский бровар», ПАО «Фирма «Полтавпиво». Эта упаковка будет перспективна для предприятий, занимающихся экспортом пива или его поставками на дальние расстояния, когда возвращение пустой тары очень невыгодно из-за больших транспортных затрат.

Для группового упаковывания пива в бутылках из стекла и ПЭТФ, алюминиевых банках используют ящики из полимеров и гофрокартона, а также упаковку с применением картонных лотков и термоусадочной пленки.



Причем полимерные ящики используются все меньше и меньше. Такой ящик — дорогое удовольствие, его надо возвращать, он часто ломается. Поэтому большинство предприятий упаковывают пиво в бутылках ( $3 \times 4 = 12$  или  $4 \times 5 = 20$ ) из стекла и ПЭТФ и алюминиевых банках ( $4 \times 6 = 24$ ) на лотках из гофрокартона в термоусадочную пленку. Такая упаковка на украинских заводах достигает 60–70 % от общего объема производства.

### Тенденции

Говоря о тенденциях развития производства и потребления пива в Украине, возможных направлениях усовершенствования упаковки для этого напитка, следует повторить, что экономическая и социальная составляющие потребительского спроса украинского покупателя будут определяющими. Вместе с тем рынок в своем развитии будет также учитывать зарубежный опыт, современные достижения ученых в области ассортимента, технологий, оборудования и упаковки. Например, рост производства пива в мини-пивоварнях, которые широко распространены в Западной Европе и занимают 30–50 % рынка. В Украине первая волна мини-пивоварен накрыла нас в 90-е годы, когда их было закуплено более чем 120 штук. Мини-пивоварня — это пивоварня, выпускающая в сутки от 50 до 200 л пива, которое тут же и сразу продается, в ресторане или в другом заведении. У нас же тогда закупили заводы, которые варили 1–2 т пива в сутки, и они не выдержали конкуренции, так как хотели торговать пивом через торговые сети. Выжили единицы. Сейчас в Украине идет вторая волна развития производства пива в мини-пивоварнях, но более разумная. Ныне оно создается, как правило, при ресторанах, барах, гостиницах, в торгово-развлекательных центрах, то есть там, где постоянно на-

ходятся потенциальные потребители. В этом случае нет смысла упаковывать пиво, оно в этих же заведениях и потребляется. Обычно там варят несколько сортов пива (светлое, темное, пшеничное и др.), которые прямо из форфаса или буферной емкости подают на розлив. Сегодня такого пива в Украине 0,1 %. Это очень мало, но развитие мини-пивоварень в Украине будет зависеть от развития инфраструктуры и наличия потребительского спроса, так как стоимость такого пива гораздо выше, чем пива с пивоваренных заводов.

Среди потребителей пива в Украине в последние годы все больше появляется любителей так называемого живого пива. Но это не профессиональное выражение, а скорее все-таки рекламное. Существует нормативный документ ГСТУ 3888-99 «Пиво. Общие технические условия», в котором четко написано определение пива, его характеристика — светлое, полутемное, темное. По способу обработки — фильтрованное и нефильтрованное. Фильтрованное пиво делится на пастеризованное и непастеризованное. Нефильтрованное — на осветленное и неосветленное. Те, кто производит сегодня так называемое живое пиво, лукавят, на самом деле это непастеризованное фильтрованное пиво или нефильтрованное. В действующих нормативных документах понятие «живое пиво» отсутствует. Но, если производитель обозначает «живое пиво», это скорее коммерческое понятие, которым он подчеркивает, что пиво непастеризованное, имеет все необходимые потребительские компоненты (витамины, микроэлементы), а также определенное количество дрожжевых клеток, придающих ему гармоничный вкус. Поэтому сегодня «живое» пиво — это хороший рекламный ход. Большое значение в развитии потребления пива в Украине играет культура его питья, в том числе и обращение

украинских потребителей с использованной упаковкой — стеклянными и полимерными бутылками, алюминиевыми банками. Несмотря на то что в Западной Европе пиво пьют в 2–2,5 раза больше, чем в Украине, окружающая среда (улицы, поля, леса, реки и озера) чистая и не загрязнена использованной упаковкой, как в нашей стране. Трудно представить себе, что будет вокруг нас, если потребление пива в Украине достигнет уровня европейских государств. Это комплексная проблема для нашей страны — как для бизнеса, так и для населения. И решить ее можно, используя опыт Западной Европы, создав в Украине систему обращения с отходами упаковки, адаптированную к требованиям и нормам Европейской директивы. *Ж*

### Пиво в Україні (ринок, упаковка, тенденції)

*М.О. Лавриненко*

Автор проаналізував український ринок пива, його виробництво і споживання, експорт в інші країни. Він відзначив особливості розвитку українського ринку пива, фактори, які його змінюють. Автор детально розглянув усі види упаковки для пива, зробив аналіз зміни структури упаковки за останні роки і прогноз на майбутнє, навіть переваги і недоліки кожного виду упаковки. Також він розглянув особливості розвитку виробництва пива в міні-пивоварнях, так званого живого пива, проблеми утилізації відходів використаної упаковки.

*Ключові слова:* пиво; упаковка; пляшка із скла; ПЕТФ; кег; алюмінієва банка.

### Beer in Ukraine (market, packaging, trends)

*N.A. Lavrinenko*

The author analyzed the Ukrainian beer market, its production and consumption, export to other countries. He noted the development of the Ukrainian beer market, factors that change it. The author carefully considered all kinds of packaging for beer, made an analysis of the restructuring package in recent years and an outlook for the future, brought advantages and disadvantages of each type of package. He also examined the characteristics of the production of beer in the mini-breweries, the so-called living beer, problems recycling of used packaging.

*Key words:* beer; packaging; bottle glass; PET; kegs; aluminum can.