

STRUKTURA, DYNAMIKA I KIERUNKI ZMIAN NA ŚWIATOWYM RYNKU PIWA

Zbigniew Gołaś, Mariusz Ścibek

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Abstrakt. W artykule przedstawiono strukturę i dynamikę zmian światowego rynku piwa, a także analizowano produkcję i sprzedaż piwa, handel zagraniczny piwem, marki piwa oraz konsumpcję piwa w latach 1999-2004.

Słowa kluczowe: piwo, światowy rynek piwa, sprzedaż i produkcja piwa, export i import piwa, marki i konsumpcja piwa

WSTĘP

Niewiele współczesnych produktów żywnościowych może poszczycić się tak długą historią jak piwo. Najstarsze ślady browarnictwa pochodzą bowiem sprzed sześciu tysięcy lat i są przypisywane kulturze sumeryjskiej, w której rola piwa była o wiele bardziej istotna niż w czasach współczesnych [Fałat 2005]. Opinie na temat wartości odżywczych piwa i jego zalet są bardzo różne i można by wymienić wiele z nich, ale niewątpliwym atutem tego napoju jest jego „towarzyski” charakter. Piwo jest obecne podczas przyjacielskich spotkań i biesiad, rozluźnia i wprowadza w dobry humor, pozwalając na chwilę relaksu. Nie jest też tak destrukcyjne dla zdrowia, jak alkohol wysokoprocentowy. Cechy te sprawiają, że po produkt ten sięga coraz liczniejsza rzesza konsumentów.

Rozwijający się rynek piwa to jednak również dobry biznes. Pomimo zmiennej koniunktury przemysł piwowy od wielu lat osiąga najlepsze wyniki w sektorze żywnościowym, a beneficjentem korzyści są nie tylko browary. Przemysł piwowy jest bowiem źródłem utrzymania licznej grupy pracowników oraz firm współpracujących z browarami, a dzięki efektowi mnożnikowemu są generowane dodatkowe miejsca

pracy. Wysokie dochody uzyskuje również budżet państwa, ponieważ z produkcją piwa wiążą się duże obciążenia fiskalne.

Celem prezentowanego artykułu jest analiza podstawowych wyznaczników światowego rynku piwa, jak: wielkość produkcji i sprzedaży piwa, handel zagraniczny piwem oraz konsumpcja i marki piwa. Analizę przeprowadzono w układzie kontynentów i krajów oraz w układzie czasowym.

PRODUKCJA PIWA NA ŚWIECIE

Piwo to napój popularny niemal na całym świecie. Jest produkowany na wszystkich kontynentach, przynosząc znaczne korzyści dla gospodarki. W wymiarze globalnym produkcja piwa wykazuje od kilku już lat wyraźną tendencję wzrostową. Wzrost ten nie jest jednak równomierny we wszystkich regionach świata.

W produkcji piwa prymat wiezie Europa, region o największych tradycjach piwowarskich. Pod względem wielkości produkcji (tab. 1) Europa, produkująca ponad 400 mln hl rocznie, wyprzedza Chiny z produkcją 254 mln hl i USA, które wyprodukowało ponad 230 mln hl piwa, a z siedmiu największych browarów na świecie aż cztery pochodzą ze Starego Kontynentu. Bezpośrednio w browarach Europy pracuje 164 tys. osób. Przemysł piwowarski tworzy jednak znacznie więcej miejsc pracy w swoim otoczeniu, tj. w usługach i dystrybucji. W sumie daje aż 2,6 mln miejsc pracy, będąc jedną z istotniejszych gałęzi gospodarki europejskiej [Prusek 2006].

Tabela 1. Produkcja piwa w wybranych krajach w latach 1999-2004 (mln hl)
Table 1. Beer production in chosen countries in 1999-2004 (mln hl)

Kraj – Country	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1	2	3	4	5	6	7
Chiny China	–	–	220,45	224,65	235,82	254,05
USA USA	232,50	232,64	234,20	233,91	235,17	230,87
Niemcy Germany	111,70	112,80	110,40	108,49	108,30	106,30
Brazylia Brasil	81,78	79,07	83,05	84,83	84,35	82,20
Rosja Russia	33,60	44,50	51,90	61,24	70,25	75,70
Japonia Japan	71,49	71,58	70,89	71,08	69,18	64,86
Wielka Brytania UK	56,65	57,85	55,28	56,80	56,67	58,01
Hiszpania Spain	24,99	25,85	26,41	27,74	27,86	30,70

Tabela 1 – cd. / Table 1 – cont.

1	2	3	4	5	6	7
Polska Poland	20,93	23,36	24,89	25,20	26,00	27,26
Holandia Netherlands	23,99	24,50	25,07	25,23	24,90	25,12
Kanada Canada	22,92	22,49	23,08	23,92	23,54	23,44
Korea Płd. South Korea	15,96	16,69	18,57	20,04	20,57	19,96
Wenezuela Venezuela	15,03	17,29	17,01	16,02	17,13	18,30
Francja France	19,81	19,87	18,93	18,87	18,12	18,10
Australia Australia	17,57	17,29	17,34	16,94	17,02	17,71
Ukraina Ukraine	6,84	8,41	10,80	13,10	14,98	16,97
Belgia Belgium	–	15,09	15,51	15,07	15,06	15,92
Włochy Italy	12,19	12,18	12,58	12,78	12,59	13,49
Argentyna Argentina	11,79	12,41	12,90	12,40	12,28	13,14
Rumunia Romania	9,99	11,13	12,44	12,11	11,48	12,96
Austria Austria	8,83	8,87	8,75	8,59	8,73	8,89
Portugalia Portugal	–	6,76	6,90	6,55	7,13	7,25
Słowacja Slovakia	–	–	–	–	4,52	4,80
Bułgaria Bulgaria	3,80	3,95	4,12	4,37	4,06	4,40
Szwajcaria Switzerland	3,59	3,60	3,59	3,54	3,49	3,67

Źródło: The World Market for Beer [2005].
Source: The World Market for Beer [2005].

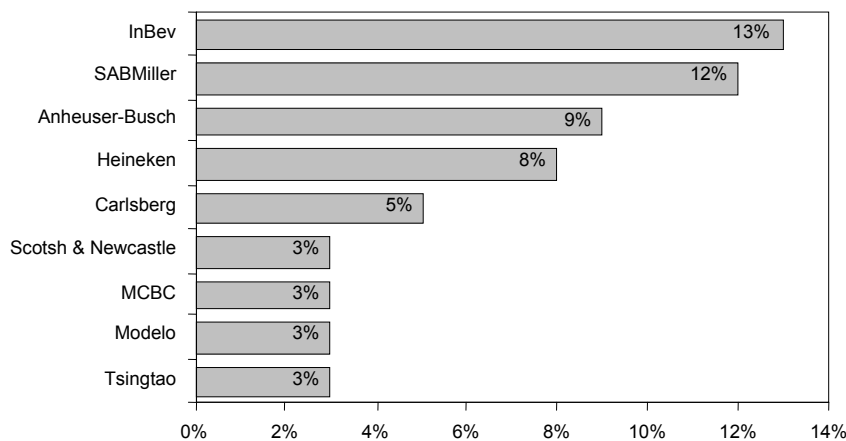
W rankingu krajów pod względem ilości piwa wyprodukowanego w 2006 roku Polska mieści się w pierwszej dziesiątce. Polskie browary nawarzyły ponad 31 mln hl piwa, co pozwoliło wyprzedzić między innymi Holandię – słynącą z tradycji piwowarskich ojczyznę Heinekena. Niezachwianą pozycję lidera wśród krajów od niedawna

zajmują Chiny, które 2006 r. zakończyły produkcją na poziomie około 305 mln hl. Wieloletni lider, Stany Zjednoczone, zajęły drugą pozycję, produkując około 220 mln hl. Prawie dwukrotnie słabszym wynikiem mogą pochwalić się trzecie na liście Niemcy – z 108 mln hl wyprodukowanego piwa, które wyprzedziły Brazylię z wynikiem 94 mln hl i zamykającą pierwszą piątkę Rosję, która wyprodukowała 86 mln hl piwa. Następnymi pod względem wielkości produkcji są Meksyk, Japonia, Anglia i Hiszpania [Plato Logic's... 2006].

NAJWIĘKSZE FIRMY BROWARNICZE NA ŚWIECIE

Liderem branży piwnej na świecie jest belgijski koncern Anheuser-Busch InBev. Do tego koncernu, z portfolio liczącym cztery światowe i ponad 200 lokalnych marek piwa, należy 13% światowego rynku piwa. Jego globalna produkcja w 2006 roku to ponad 203 mln hl, obejmująca takie światowe marki, jak: *Stella Artois* z 23 pozycją pod względem sprzedaży na świecie, *Beck's* z 43 miejscem na liście światowej sprzedaży, *Brahma* z siódmą pozycją i *Leffe*. Anheuser-Busch InBev inwestuje również w silne marki regionalne i jest właścicielem m.in.: *Skol* – piwa powstającego w Brazylii, będącego trzecią co do wielkości marką na świecie, *Antarctica* z 20 pozycją na świecie czy *Baisha*, *Double Deer*, *Shiliang* oraz *KK*. Ostatnio koncern ten inwestuje również na największych nowych rynkach, tj. w Chinach, Ameryce Łacińskiej i Rosji.

Drugą pozycję, ze stratą zaledwie jednego punktu procentowego (rys. 1) i produkcją na poziomie ok. 190 mln hl zajmuje SABMiller, koncern z ponad stuletnią historią, pochodzący z Południowej Afryki. Prawdziwą potęgą stał się on w 2002 roku, gdy po wykupieniu przez SAB udziałów Miller Brewing Company z USA powstała spółka SABMiller. W portfolio tego giganta znajdują się między innymi takie marki, jak: *Snow*



Rys. 1. Najwięksi producenci piwa na świecie w 2006 roku (udziały w globalnym rynku)

Źródło: Plato Logic's... [2006].

Fig. 1. The largest producers of beer in world in 2006 (share in global market)

Source: Plato Logic's... [2006].

– która jest piątą marką na świecie pod względem sprzedaży, *Miller Lite* z dziewiątą pozycją, *Miller Genuine Draught* z 36 pozycją, *Carling Black Label*, będąca 14 marką na świecie, *Pilsner Urquell*, *Peroni* oraz *Tyskie*. Są to tylko niektóre z marek piwnych z jego obszernego portfolio [Plato Logic's... 2006].

Okolo 145 mln hl piwa i dziewięcioprocentowy udział w rynku dają amerykańskiemu koncernowi Anheuser-Busch trzecie miejsce wśród najważniejszych graczy rynku piwnego. W dwunastu browarach na terenie Stanów Zjednoczonych są produkowane takie marki, jak: *Bud* – lider światowego rynku piwa, *Budweiser* który jest drugą marką piwną na świecie, *Busch* – z 13 pozycją w światowych rankingach sprzedaży oraz *Hafi* i *Michelob* – z 31 i 32 pozycją sprzedaży na świecie.

Czwartą pozycję na rynku, z ośmioprocentowym udziałem, zajmuje holenderski koncern Heineken. Wysoka pozycja tego koncernu wynika przede wszystkim z niezmiennego od 150 lat powodzeniu doskonałego piwa *Heineken* – szóstej pod względem sprzedaży marki na świecie oraz równie popularnego *Amstela*, zajmującego 16 pozycję w światowym rankingu najlepiej sprzedających się marek.

Wysoką pozycję w globalnym rynku piwa zajmują również browary duńskie. Wśród nich niekwestionowanym liderem jest koncern Carlsberg, którego udział w światowym rynku piwa szacuje się na około 5%. Ta wysoka pozycja Carlsberga wynika przede wszystkim ze znakomych wyników flagowego produktu, tj. piwa *Tuborg*, zajmującego piętnastą pozycję na świecie [Plato Logic's... 2006]

W pierwszej dziesiątce największych browarów znajduje się również Scottish & Newcastle, producent początkowo działający wyłącznie w Szkocji i Północnej Anglii, a współcześnie również w Zachodniej Europie. W 2005 roku firma Scottish & Newcastle wyprodukowała ok. 54 mln hl piwa, a jej główne marki, *Foster's* oraz *Kronenbourg*, zajmowały odpowiednio: 24 i 33 pozycję w rankingu wielkości sprzedaży piwa na świecie.

Zbliżoną do browarów brytyjskich rangę na globalnym rynku piwa ma, powstały w 2005 roku, kanadyjsko-amerykański koncern Molson Coors Brewing Company. Koncern ten produkuje takie znane marki, jak: *Coors Light* – zajmujący dziewiąte miejsce na liście światowej sprzedaży piwa, popularny w Anglii *Carling* – z 25 pozycją i *Molton* – znajdujący się na 60 pozycji globalnej sprzedaży. Wymienione marki mają największy udział w produkcji (ponad 48 mln hl) siódmego piwnego potentata piwnego na świecie i trzyprocentowy udział w piwnym rynku światowym.

Kolejny potentat piwny pochodzi z Meksyku. Meksykański koncern Modelo swoją ósmą pozycję w świecie (3%) zawdzięcza przede wszystkim światowemu przebojowi, jakim jest piwo *Corona* – czwarta marka pod względem światowej sprzedaży.

Na światowym rynku piwa coraz większą rolę zaczynają odgrywać podmioty z kontynentu azjatyckiego, głównie z obszaru Chin. Dowodem na rosnące znaczenia Chin w branży piwnej jest dziewiąta pozycja grupy kapitałowej Tsingtao, która z produkcją około 41 mln hl piwa stanowiła niemal 3% udział w rynku. Browar Tsingtao, założony w 1903 roku przez niemieckich osadników, odnosi sukcesy z piwem *Tsingtao* nie tylko na ogromnym rynku wewnętrznym, gdzie kontroluje ponad 13% rynku, lecz także świetnie radzi sobie na rynkach zagranicznych, zajmując 11 pozycję wśród najpopularniejszych piw świata.

Pierwszą dziesiątkę największych producentów piwa zamyka kolejny browar meksykański – Valores Industriales S.A. Firma ta wyprodukowała w 2005 roku 35,7 mln hl piwa. Dwuprocentowy udział tej firmy w rynku światowym to przede wszystkim wynik

południowoamerykańskich sukcesów piw, takich jak: *Tecate* – z 29 pozycją na świecie, *Kaiser* – z 49 pozycją na świecie i *Carta Blanc* [Plato Logic's... 2006].

Dziesięć największych firm w branży piwnej kontroluje łącznie niemal 2/3 rynku globalnego. Ciągłe inwestycje międzynarodowych koncernów w nowe rynki oraz stały wzrost konsumpcji piwa w krajach kluczowych dla operacji regionalnych potentatów sugerują, że tendencja do koncentracji i homogenizacji rynku utrzyma się w najbliższych latach [Plato Logic's... 2006]. Tendencje te charakteryzują niemal wszystkie gałęzie gospodarki globalnej. Przemysł piwowarski nie jest tu wyjątkiem, a wręcz przewodzi tej tendencji. W 1999 roku udział największych browarów w światowym rynku piwa wynosił 38%, a w 2004 roku było to już około 60% globalnego rynku [Bogacz 2003].

ŚWIATOWY HANDEL PIWEM

Według danych z 2004 roku (tab. 2) największym eksporterem piwa był Meksyk, sprzedający za granicę blisko 15 mln hl piwa. Z kolei Holendrzy wyeksportowali w tym czasie niecałe 14 mln hl, co dało im drugą pozycję tuż przed Niemcami, które wyeksportowały 13,5 mln hl piwa. Wśród dziesięciu pierwszych eksporterów światowych, osiem miejsc przypada na producentów z Unii Europejskiej. Dominację Europy pod względem wielkości eksportu przełamują, oprócz Meksyku, tylko Stany Zjednoczone z wynikiem 2,4 mln hl, co daje im dziewiątą pozycję. Polska z ponad 600 tys. hl znalazła się na 22 miejscu, co w zestawieniu z kilkakrotnie większą produkcją pokazuje, że znakomite wyniki krajowych browarów są spowodowane przede wszystkim chłonnym rynkiem lokalnym. Pozwala to również jasno określić kierunek przyszłych działań rodzimych producentów. Gigantyczny rynek chiński znalazł się co prawda zaledwie siedem miejsc wyżej, na pozycji piętnastej, ale z eksportem ponad dwukrotnie większym od polskiego, wynoszącym 1,5 mln hl [The World Market for Beer 2005].

Tabela 2. Eksport i import piwa w wybranych krajach w latach 1999-2004 (mln hl)
Table 2. Export and import of beer in chosen countries in 1999-2004 (mln hl)

Kraj Country	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1	2	3	4	5	6	7
Eksport – Export						
Meksyk Mexico	9,24	10,53	12,08	55,53	13,86	14,49
Holandia Netherlands	12,72	13,44	12,87	13,93	13,15	13,87
Niemcy Germany	8,50	10,60	11,48	11,17	12,23	13,55
Belgia Belgium	6,19	6,65	6,44	6,54	6,81	8,70

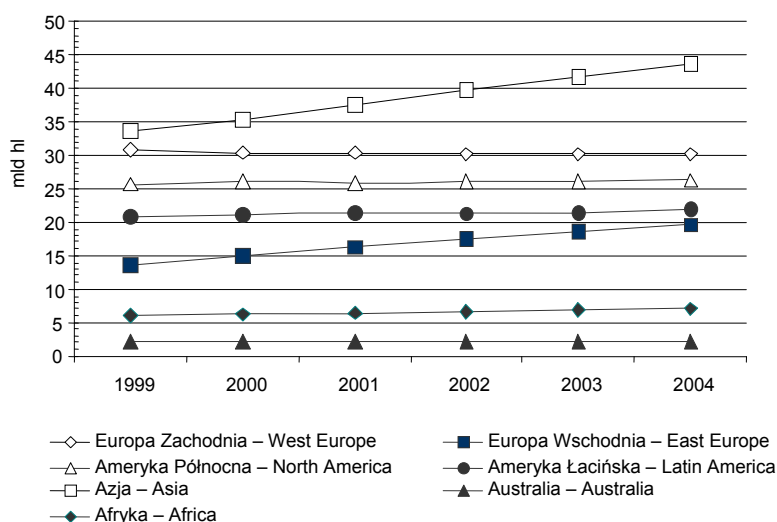
Tabela 2 – cd. / Table 2 – cont.

1	2	3	4	5	6	7
Dania Danmark	1,79	3,53	2,78	3,20	3,57	4,06
Kanada Canada	3,61	3,86	4,38	3,96	3,91	3,65
Wielka Brytania UK	3,55	3,48	3,03	3,89	2,65	3,59
Malezja Malaysia	0,57	0,42	0,43	0,42	0,40	3,35
Irlandia Ireland	3,05	2,94	3,00	3,23	3,15	3,33
Czechy Czech Republic	0,00	0,00	0,00	2,04	2,18	2,73
USA	3,16	2,65	2,94	2,43	2,46	2,40
Ukraina Ukraine	–	–	–	1,08	1,60	1,99
Import – Import						
USA	20,88	23,45	25,53	27,07	27,61	27,99
Wielka Brytania UK	5,61	5,39	4,72	6,46	6,42	6,96
Malezja Malaysia	0,05	0,06	0,29	0,15	0,23	5,42
Francja France	5,17	4,96	4,88	4,80	5,11	5,38
Włochy Italy	3,92	4,18	4,46	4,50	4,70	4,87
Hiszpania Espania	1,67	3,21	3,91	3,54	3,57	3,53
Holandia Netherlands	2,03	1,83	1,40	1,51	2,16	3,24
Niemcy Germany	3,14	3,69	3,81	3,66	3,07	3,12
Kanada Canada	1,55	1,61	1,84	2,02	2,20	2,11
Rosja Russia	0,15	0,54	0,95	1,07	1,50	1,89
Belgia Belgium	1,64	1,74	1,66	1,74	1,64	1,54
Irlandia Ireland	0,89	0,63	1,96	1,89	1,42	1,38

Źródło: The World Market for Beer [2005].
Source: The World Market for Beer [2005].

Niemal pełną samowystarczalność polskiego rynku piwa potwierdzają dane dotyczące importu. Sprowadzamy jedynie ok. 200 tys. hl, co daje 56 pozycję na świecie. Tymczasem największy importer, Stany Zjednoczone, zakupił w 2004 roku prawie 30 mln hl piwa (tab. 2). Również w tej kategorii wyraźna jest dominacja państw europejskich, uzupełniających pierwszą dziesiątkę importerów. Chiny, pomimo wielkiego i chłonnego rynku, zajmują dopiero 51 miejsce w imporcie. Podobna sytuacja występuje w Polsce. Wy tłumaczeniem może być wysoki poziom produkcji krajowych browarów, zaspokajający potrzeby ogromnego rynku wewnętrznego.

Również sprzedaż piwa (rys. 2), podobnie jak produkcja, wykazuje od kilku lat tendencję wzrostową. Produkcja między 1999 i 2004 rokiem wzrosła bowiem o około 13% z 132,6 bln l do 150,6 bln l. Głównymi motorami wzrostu były rynki Azji i Europy Wschodniej. Gwałtowne zmiany ustrojowe i przejście z gospodarki centralnie sterowanej do wolnego rynku w Europie Wschodniej, a także nadanie swobody w inwestycjach zagranicznych i wolność dla prywatnej przedsiębiorczości w Chinach nadało tym regionom dużej dynamiki.



Rys. 2. Sprzedaż piwa na kontynentach w latach 1999-2004

Źródło: The World Market for Beer [2005].

Fig. 2. Sale of beer on continents in 1999-2004

Source: The World Market for Beer [2005].

Na rysunku 2 pokazano, jak od 1999 roku zaczynają się różnicować wyniki sprzedaży między Europą Zachodnią i Azją. Największy udział w światowej sprzedaży w 2004 roku miał rynek Azji (29%). Drugim rynkiem światowym była Europa Zachodnia, z udziałem wynoszącym – w 2004 roku – 20,1%. Trzecim pod względem wielkości sprzedaży, był rynek Ameryki Północnej (17,4%), a kolejnymi: Ameryki Łacińskiej (14,6%), Europy Wschodniej (13%) oraz Afryki (4,6%). Pomimo wzrostu sprzedaży piwa we wszystkich regionach, poza Europą Zachodnią, tylko Europa Wschodnia i Azja wykazały w okresie 1999-2004 wzrost udziału w globalnej sprzedaży. Rynki do tej pory

wiodące w sprzedaży piwa odnotowały natomiast nieznaczny spadek. W 2004 roku czołowymi rynkami w Europie Zachodniej były: Niemcy – ze sprzedażą 92,74 mln hl, Wielka Brytania – 58,65 mln hl, Hiszpania – 32,68 mln hl oraz Francja – 20,76 mln hl. W regionie Europy Zachodniej spadek sprzedaży w latach 1999-2004 wyniósł około 1,5%. W niektórych krajach był on jednak znacznie wyższy: w Niemczech o 9,5%, Francji o 8,6%, Belgii o 1,7%, Danii o 9,7%, a w Irlandii o ponad 5%. Spadek w sprzedaży piwa w Europie Zachodniej nie wynika z odejścia od spożywania napojów alkoholowych, ale raczej ze zmian w preferencjach konsumentów. Choć dynamika spożycia wyrobów alkoholowych w tym regionie była najniższa na rynku globalnym, to spadek spożycia piwa może być spowodowany zmianą preferencji w spożyciu wyrobów alkoholowych w Europie zachodniej na rzecz tzw. FAB-sów (alkohole smakowe), wyrobów spirytusowych i jableczników [The World Market for Beer 2005].

Z kolei największy wzrost w sprzedaży piwa w latach 1999-2004 nastąpił w Europie Wschodniej i wyniósł aż 44,9%. Największą sprzedaż w tym regionie wykazywały takie kraje, jak: Rosja, Polska, Ukraina i Czechy. Największy wzrost sprzedaży i udział w tym rynku ma Rosja, która sprzedała w 2004 roku 8085,5 mln litrów piwa. Uzyskanie tego poziomu sprzedaży przełożyło się na wzrost udziału Rosji w rynku Europy Wschodniej – z 32% w 1999 roku do 41,3% – na koniec 2004 roku.

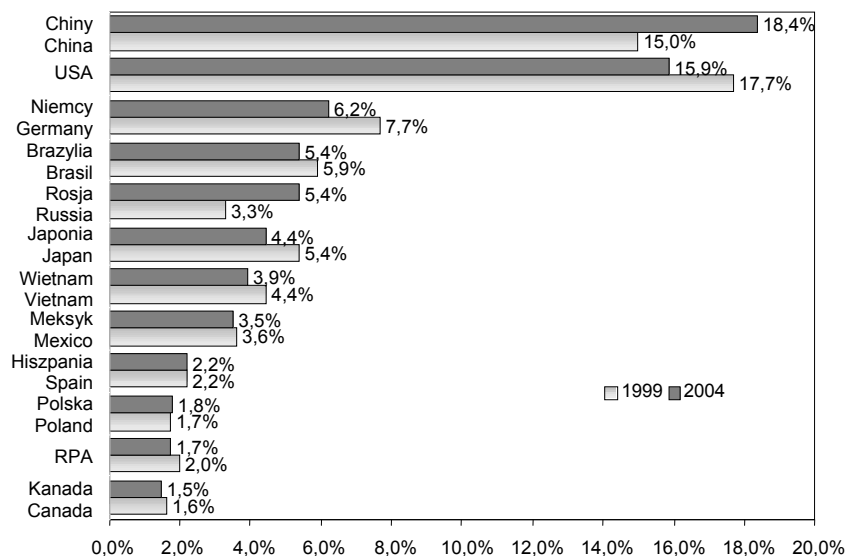
Dynamika sprzedaży, jaką osiągnęła Rosja w latach 1999-2004, wyniosła 85,1%. Nie jest to jednak najwyższa dynamika, ponieważ rekordzistą okazała się Ukraina, w której sprzedaż w analizowanym okresie wzrosła o 115,8%. Jedynym krajem, który w Europie Wschodniej wykazał spadek sprzedaży w latach 1999-2004 były Czechy, tj. kraj o zakorzenionej kulturze spożywania piwa i dużym spożyciu *per capita* w porównaniu z innymi krajami Europy Wschodniej, charakteryzującym się rynkiem dojrziałym, który podlega trendom podobnym do większości tradycyjnych rynków piwa. Tak znaczny, ze wzrost rynku piwnego w krajach Europy Wschodniej można zawdzięczać transformacji ustrojowej i znacznemu zainteresowaniu największych koncernów, które swoje inwestycje chętnie lokalizują jeszcze tylko na rynku azjatyckim.

Kontynentem, który może w przyszłości znacznie przyczynić się do wzrostu produkcji i spożycia piwa, jest niewątpliwie Azja. Duża liczba ludności oraz wysoka dynamika wzrostu gospodarczego w takich krajach, jak Chiny i Indie a także małe spożycie *per capita* i coraz większa siła nabywcza konsumentów, już spowodowały duży wzrost udziałów tego kontynentu w światowym rynku piwa. Azja jest liderem w produkcji i spożyciu piwa na świecie. Największy, bo ponad 63-procentowy udział w rynku piwa tego kontynentu mają Chiny – ze sprzedażą wynoszącą w 2004 roku 27 660 mln l piwa. Kolejnym krajem Azji pod względem sprzedaży jest Japonia z 15,2-procentowym udziałem i wielkością sprzedaży na poziomie 6644 mln l. Do liczących się rynków na kontynencie azjatyckim można jeszcze zaliczyć Koreę Południową, Tajlandię i Wietnam. Jednak największy wpływ na globalny rynek miał wzrost sprzedaży w Chinach (o 39%), co przełożyło się na wzrost sprzedaży o prawie 7800 mln l. Jednak mieszkańcy Azji spożywają nadal mało piwa. W 2004 roku spożycie piwa *per capita* na poziomie około 12 l jest najmniejszą wartością w porównaniach kontynentalnych. Azjatyckim liderem w spożyciu piwa *per capita* są Japończycy – z wynikiem 52 l w 2004 roku. Kolejni liderzy, to Południowa Korea – 41,1 l, Thailandia – 26,1 l, Singapur – 24,2 l i Chiny – 21 l. Gdy spożycie piwa jest takie małe, można się spodziewać dalszego znacznego wzrostu jego konsumpcji i produkcji. Dotyczy to szczególnie Chin, ale także Indii, w których spożycie wynosi zaledwie 0,7 l na mieszkańca [The World Market for Beer 2005].

Na czwartej pozycji w rankingu dynamiki sprzedaży piwa na świecie uplasowała się Ameryka Południowa. Liderami tego rynku w 2004 roku była Brazylia, ze sprzedażą na poziomie 8200 mln l piwa i Meksyk, ze sprzedażą wynoszącą 5221 mln l. Łącznie te kraje miały w 2004 roku 61% udziału w ogólnej sprzedaży piwa na kontynencie południowo-amerykańskim. Kolejnymi krajami liczącymi się na tym kontynencie w sprzedaży piwa były: Wenezuela, Kolumbia i Argentyna. Między latami 1999 i 2004 największą dynamikę sprzedaży odnotowała Wenezuela (21,2%), Chile (10,9%) i Argentyna (9,6%).

Kolejnym krajem o znacznej dynamice sprzedaży w tym regionie jest Meksyk, w którym rynek piwa zwiększył się w omawianym okresie o około 9%, co miało istotny wpływ na ogólny obraz rynku, z powodu znaczącego udziału tego kraju w sprzedaży piwa na kontynencie południowo-amerykańskim. Kraje Ameryki Południowej nie należą jednak do liderów światowego rynku piwa pod względem spożycia *per capita*. Średnio mieszkaniec Ameryki Południowej spożył w 2004 roku około 40,2 l piwa, a liderem w spożyciu są tutaj Wenezuelczycy ze spożyciem na poziomie około 80 l piwa *per capita* [The World Market for Beer 2005].

Na rysunku 3 przedstawiono dane dotyczące zmian udziału w globalnej sprzedaży piwa w układzie krajów w latach 1999-2004. Z danych tych wynika, że USA, czyli dotychczasowy lider światowego rynku, zostały zdeklasowane przez Chiny, które w 2004 roku miały 18,4% udziału w światowym rynku piwa. Uwagę zwraca też znaczny wzrost udziału Rosji w rynku piwa, która przesunęła się z miejsca ósmego w 1999 roku na miejsce piąte – w 2004 roku. Polska w 2004 roku zamykała pierwszą dziesiątkę krajów pod względem sprzedaży piwa, wyprzedzając takie kraje, jak: RPA i Kanada.



Rys. 3. Udział wybranych krajów w globalnej sprzedaży piwa

Źródło: The World Market for Beer [2005].

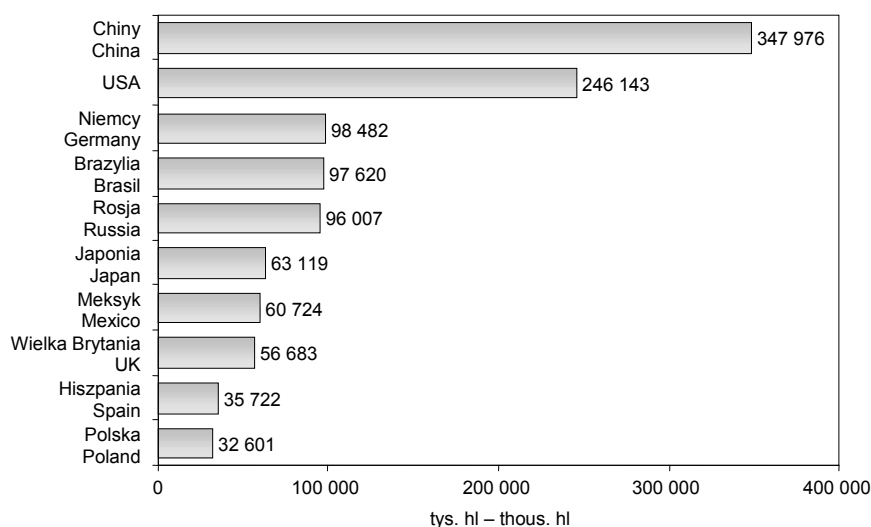
Fig. 3. Part of chosen countries in global sale of beer

Source: The World Market for Beer [2005].

KONSUMPCJA PIWA NA ŚWIECIE

Tendencje wzrostowe utrzymują się na rynku piwnym już od dłuższego czasu, jednak wzrost z 2006 roku ukształtował się na poziomie najwyższym od 15 lat. Zgodnie z przewidywaniami, trwałym i umacniającym się trendem jest również konsolidacja sektora. Pięciu największych producentów kontroluje niemal połowę rynku światowego.

Piwo to najbardziej „towarzyski” napój, idealny na gorące, letnie dni. Nic więc dziwnego, że konsumpcja złotego trunku wyraźnie wzrosła podczas rozgrywanych w upalne lato Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej. W skali roku o wielkości spożycia nie decydowały jednak sukcesy piłkarzy poszczególnych krajów. Demografia, siła nabywcza i tradycja odegrały pierwszoplanowe role.



Rys. 4. Spożycie piwa na świecie w 2006 roku (pierwsza dziesiątka)

Źródło: Plato Logic's... [2006].

Fig. 4. Consumption of beer in world in 2006 (first ten)

Source: Plato Logic's... [2006].

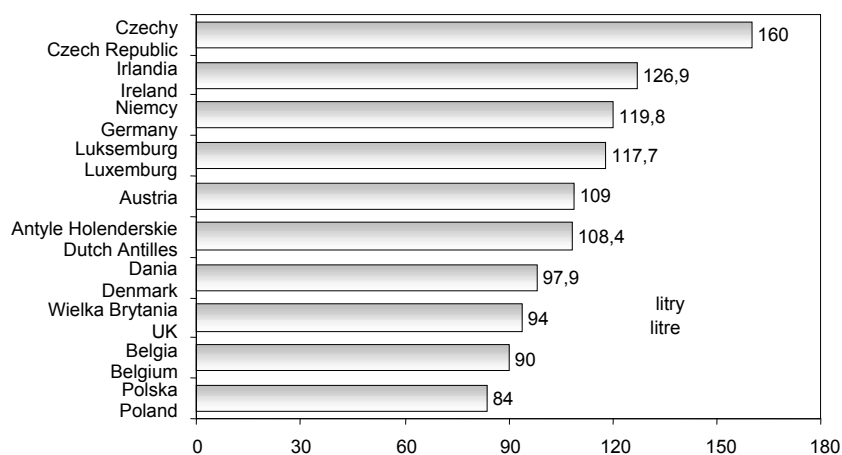
Liczące ponad 1,3 mld mieszkańców Chiny od kilku lat wiodą prym w konsumpcji piwa. Mieszkańcy tego dynamicznie rozwijającego się kraju wypili w 2006 roku aż 348 mln hl piwa. Na rynku chińskim najlepiej radzą sobie rodzime Tsingtao Group i SABMiller. Kontrolują po 13% rynku i produkują najbardziej popularne marki piwne, takie jak *Snow* z SABMillera, mające pięcioprocentowy udział w globalnym spożyciu piwa w Chinach i *Tsingtao* z czteroprocentowym udziałem w spożyciu.

Dominujące do niedawna Stany Zjednoczone znalazły się na pozycji drugiej z 246 mln hl. Zdecydowaną przewagę na amerykańskim rynku ma koncern Anheuser-Busch. Udziały na poziomie 50% i produkcja najpopularniejszego piwa – *Bud*, pozwalają utrzymywać bezpieczną przewagę nad drugim co do wielkości producentem – Miller Brewing Inc. Sztandarowy produkt związanego z SABMiller browaru to Miller Lite – druga marka piwna w USA [The World Market for Beer 2005].

Tabela 3. Najpopularniejsze piwa na świecie w 2006 roku
Table 3. The most popular beers in world in 2006

Lp.	Producent – Producent	Marka – Brand
1	Anheuser-Busch	Bud
2	Anheuser-Busch	Budweiser
3	InBev	Skol
4	Modelo	Corona
5	SABMiller	Snow
6	Heineken	Heineken
7	InBev	Brachma Chopp
8	MCBC	Cours Ligot
9	SABMiller	Miller Lite
10	Azahi	Super Dry

Źródło: Plato Logic's... [2006].
Source: Plato Logic's... [2006].



Rys. 5. Spżycie piwa na świecie *per capita* w 2005 roku (pierwsza dziesiątka wraz z Polską)

Źródło: Plato Logic's... [2006].

Fig. 5. Beer consumption per capita in world in 2005 (first ten with Poland)

Source: Plato Logic's... [2006].

Trzecie miejsce tradycyjnie przypadło Niemcom, słynącym z miłości do piwa. Najwięksi gracze na piwnym rynku za naszą zachodnią granicą to Radeberger Group i niemiecki oddział InBev. O tradycyjnym silnym przywiązaniu do rodzimych piwowarów świadczą rankingi popularności piw. Dominują niemiecki Krombacher i Oettinger.

Wśród krajów o najwyższej konsumpcji „złotego trunku” należy również wymienić Brazylię, w której przygniatającą przewagę wśród producentów ma AmBev, który ma aż 67% udziału w rynku oraz Rosję i Japonię, w której dominują krajowe browary Asahi i Kirin. Kolejne miejsce w tym rankingu zajmuje Meksyk z dwoma browarami z pierwszej dziesiątki największych producentów piwa na świecie (Modelo i Demsa) oraz Anglia, w której najlepsze wyniki mają Scottish&Newcastle i Coors InBev. Na dziewiątym miejscu znajduje się Hiszpania, a po niej pierwszą dziesiątkę, ze spożyciem na poziomie ok. 33 mln hl, zamyka Polska. Wielkość spożycia i fakt, że Polska mieści się w pierwszej dziesiątce największych konsumentów piwa powoduje duże zainteresowanie naszym rynkiem przez światowych producentów. Wysoka pozycja, na jakiej się znajduje się Polska, to wynik znacznego przyrostu spożycia w ciągu ostatnich 15 lat. Niewątpliwym impulsem do tej dynamiki był rozwój gospodarki rynkowej, wzrost PKB, a także zmiana w kulturze picia.

Polacy, ze spożyciem piwa na poziomie 84 l *per capita* w 2005 roku, znaleźli się, w porównaniu z innymi krajami, dopiero na 16 pozycji. Daleko im np. do Czechów, którzy zostali sklasyfikowani na pierwszym miejscu. Nasi południowi sąsiedzi wypijają średnio 160 l na jednego mieszkańca w ciągu roku i zdecydowanie wyprzedzają, drugich na liście, mieszkańców Grenlandii, ze spożyciem ponad 127 l. W pierwszej dziesiątce można odnaleźć kilku innych członków Unii Europejskiej, którzy górują nad Polską pod względem indywidualnej konsumpcji piwa, m.in.: Irlandczyków, Niemców, Austriaków, Anglików i Belgów. Poza pierwszą dziesiątką w tej kategorii znalazły się natomiast Chiny konsumujące globalnie najwięcej, które jednak po przeliczeniu spożycia piwa na jednego mieszkańca znalazły się dopiero na 86 pozycji. Tuż przed Polską, na 14 miejscu, znalazły się Stany Zjednoczone, które globalnie w konsumpcji zajmują drugie miejsce, natomiast w przeliczeniu na jednego mieszkańca wypijają zaledwie 0,4 l więcej od statystycznego Polaka.

RYNEK PIWA NA TLE RYNKU ALKOHOLI

Największym rynkiem zbytu wyrobów alkoholowych na świecie w 2004 roku była Azja, w której sprzedano 56,9 mln l. Na drugim miejscu uplasowała się Europa zachodnia z wynikiem 47 mln litrów sprzedaży. Kolejne to: Ameryka Północna, Europa Wschodnia, Ameryka Południowa, Afryka i Australia.

Spożycie piwa w poszczególnych regionach świata to niemal pochodna spożycia alkoholi, jedynie miejscami zamieniły się w tej klasyfikacji Europa Wschodnia z Ameryką Południową. W sprzedaży win w 2004 roku dominowała Europa Zachodnia. Kolejnymi rynkami zbytu dla tego wyrobu, niewiele się różniącymi ilościowo, była Azja, Europa Wschodnia, Ameryka Północna i Ameryka Południowa. Najmniej wina wchłonął rynek australijski. Wyroby spirytusowe cieszyły się największym zbytem w Azji. Drugim rynkiem dla wyrobów spirytusowych była Europa, a trzecim Ameryka Łacińska. Wyroby typu FAB's największym uznaniem cieszyły się ogólnie na kontynencie europejskim i w Ameryce Północnej. Jabłecznik w około 80% był zarezerwowany dla rynku Europy Zachodniej [The World Market for Beer 2005].

Obserwując światowy rynek alkoholi na przestrzeni kilkudziesięciu ostatnich lat można zauważyć tendencje do zmiany preferencji konsumentów z napojów wysokoprocentowych na napoje alkoholowe niskoprocentowe. Ogólne spożycie alkoholi między

Tabela 4. Sprzedaż wyrobów alkoholowych w świecie w 2004 roku (mln l)
 Table 4. The sale of alcoholic articles in world in 2004 (mln l)

Wyszczególnienie Specification	Wyroby alkoholowe Alcoholic articles	Piwo Beer	Jabłeczniki Ciders	FABs	Wino Wine	Wyroby spirytusowe Spirit articles
Europa Zachodnia West Europe	47,1	30,2	0,96	0,98	12,8	1,9
Europa Wschodnia East Europe	26,8	19,5	0,02	0,87	3,0	3,4
Ameryka Północna North America	31,2	26,1	0,05	0,72	2,7	1,5
Ameryka Łacińska Latin America	26,6	21,9	0,15	0,13	2,1	2,3
Azja Asia	56,9	43,6	–	0,67	3,8	8,8
Australia Australia	2,9	2,0	0,01	0,32	0,49	0,06
Afryka Africa	7,8	6,9	0,06	0,12	0,51	0,18

Źródło: The World Market for Beer [2005].
 Source: The World Market for Beer [2005].

rokiem 1999 i 2004 wzrosło o 20,5 mld l, osiągając wielkość 199,5 mld l. We wroście tym największy udział przypadł na piwo, którego sprzedaż powiększyła się w omawianym okresie o 18 mld litrów. Wyroby spirytusowe, m.in. wódka wykazały w tym okresie spadek o 4,7%.

Wyrobami alkoholowymi o najmniejszym udziale w światowym rynku są jabłeczniki i napoje alkoholowe typu FAB's (*flavoured alcoholic beverages* – alkoholowe napoje smakowe). Sprzedaż tych ostatnich wzrosła w ciągu pięciu lat aż o 114,6%. Wina były również chętniej kupowane, lecz wzrost ich sprzedaży w omawianym okresie wyniósł zaledwie 5,6%. Oznacza to, że głównym motorem wzrostu sprzedaży napojów alkoholowych jest piwo.

W ciągu kilku lat nastąpiła duża zmiana w preferencjach spożycia wyrobów alkoholowych w poszczególnych regionach świata. Rozpoczynając od ogólnego spożycia wyrobów alkoholowych, największe zmiany zaszły w regionach, które w ciągu kilkunastu ostatnich lat przeszły transformację gospodarczą, charakteryzującą się wyższą niż w pozostałych częściach świata dynamiką gospodarki. Znalazło to również odzwierciedlenie w zwiększonym popycie na wyroby alkoholowe. Obszarami wyróżniającymi się w tym zakresie jest Europa Wschodnia i Azja. W Europie Wschodniej w ciągu pięciu lat, od 1999 roku do 2004 roku, konsumpcja zwiększyła się o 34,7%, natomiast w Azji o 20,4%. Analizując bardziej szczegółowo poszczególne rodzaje wyrobów, największy przyrost nastąpił w sprzedaży napojów typu FAB's. Regionami wyróżniającymi się w tym przyroście były Europa Wschodnia, Australia, Azja, i Europa Zachodnia. Zmiana ta nie miała jednak większego wpływu na ogólne spożycie wyrobów alkoholowych

z powodu małego udziału w spożyciu ogółem wyrobów typu FAB's. Znaczący wpływ na ogólny wzrost sprzedaży wyrobów alkoholowych miało zwiększenie sprzedaży napoju o największym udziale wśród tych wyrobów, czyli piwa. Tutaj czołowymi rynkami okazała się Europa Wschodnia i Azja. Najistotniejszym zjawiskiem, jakie można zaobserwować przyglądając się zmianom na światowych rynkach wyrobów alkoholowych, jest relacja spożycia piwa do spożycia wyrobów spirytusowych. Wzrost spożycia piwa kosztem wyrobów spirytusowych w największym stopniu był widoczny w Europie Wschodniej i Azji. Spadek sprzedaży wyrobów spirytusowych najdotkliwiej odczuł rynek azjatycki. Zupełnie inaczej wyglądała jednak sytuacja w Ameryce Północnej, w której wzrost spożycia wyrobów spirytusowych w omawianym okresie wyniósł 14,2%, natomiast piwa – zaledwie 2,3% [The World Market for Beer 2005].

PODSUMOWANIE

W światowej produkcji piwa główną rolę odgrywa Europa, region o największych tradycjach piwowarskich, na którego obszarze znajdują się cztery spośród siedmiu największych browarów na świecie. Jednak pozycję lidera na światowym rynku zajmują od niedawna Chiny, które pod względem ilości produkcji wyprzedziły wieloletniego lidera tego rynku – Stany Zjednoczone. Zmianom podlega również geografia i dynamika sprzedaży piwa. Na rynkach o największych tradycjach piwowarskich zauważa się wyraźne spowolnienie, natomiast na obszarze Europy Środkowo-Wschodniej i Wschodniej oraz na kontynencie azjatyckim obserwuje się silną dynamikę wzrostu. Przyczyny tego stanu są bardzo różne, wynikają jednak głównie z silnie zróżnicowanego poziomu spożycia piwa *per capita* oraz zmian preferencji konsumentów, coraz silniej ukierunkowanych na spożycie niskoprocentowych napojów alkoholowych.

LITERATURA

- Bogacz A., 2003. Światowy rynek piwa. Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny 10, 10-15.
- Fałat Z., 2005. Wszystko o piwie. Wyd. Ad Oculus, Rzeszów.
- Plato Logic's International Beer Report. 2006. www.platologic.co.uk.htm.
- Prusek T., 2006. Europa stoi browarami. Gazeta Wyborcza z 14.05.2006.
- The World Market for Beer. 2005. Euromonitor.

STRUCTURE, DYNAMICS AND DIRECTIONS OF CHANGES ON THE WORLD BEER MARKET

Summary. The report shows the results of analysis of a structure and dynamics of changes in the world beer market. In the article there are analysed production and sale of beer, the beer foreign trade, brands and consumption of beer in years 1999-2004. The research carried out shows that Europe plays the major role in the world beer production, it is the region of the biggest beer tradition in the world. However, the market leader posi-

tion belongs to China, which in case of beer production has already overtaken position of longstanding beer market leader – United States. Geography and dynamics of beer sale have been changed as well. Distinct slowing down in beer sale on markets of the biggest beer traditions can be noticed, while on the area of Central East Europe, East Europe and Asia the strong dynamics of sale can be observed. The reasons of such a trend are various, mostly the changes are triggered by strongly differentiated level of beer consumption per capita and changes in costumers tastes, much more focused on consuming soft alcoholic drinks.

Key words: beer, world market of beer, sales and production of beer, export and import of beer, brands and consumption of beer

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 5.10.2009

Do cytowania – For citation: Golaś Z., Ścibek M., 2009. Struktura, dynamika i kierunki zmian na światowym rynku piwa. J. Agribus. Rural Dev. 4(14), 33-48.