

СЛИЯНИЕ И ПОГЛОЩЕНИЕ КАК ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА ПИВА

Язубец Л. А.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

Международный рынок пива претерпел значительные изменения за последние годы. Согласно данным Insider Monkey за 2017 г. в мире лидировали 11 крупнейших пивоваренных компаний, которые консолидировали более 63% мирового производства пива. В результате многочисленных слияний и поглощений Anheuser Bush InBev (AB InBev) производит ежегодно 4,34 млрд. дал, что составляет около 28% мирового пивного рынка, второй лидер по объему производства – Heineken (2 млрд. дал), данные компании в сумме выпускают продукции больше, чем остальные девять [1]. Об этом свидетельствует индекс Герфиндла-Гиршмана, который вырос с 276 в 2003 г. до 725 в 2013 г., а после слияния AB InBev и SABMiller может достичь 2500.

Ситуация на мировом рынке разнится в зависимости от региона: рынки Африки, Ближнего Востока и Азии с 1999 г. по 2017 г. увеличились на 4%. Латинская Америка и Восточная Европа показали среднегодовой рост на 2%. Рынки Австралии, Северной Америки и Западной Европы остались стабильными или демонстрировали снижение. В 2017 г. мировые пивоваренные компании продали пива на 661 млрд. долл. США. Согласно данным Global Data Consumer 48% всех продаж пива приходилось на 50 крупнейших пивных брендов.

Потребление пива в целом выросло на несколько процентов благодаря значительному росту азиатских, африканских и восточноевропейских рынков, несмотря на снижение потребления пива в Западной Европе. Самым популярным пивом в мире признано Snow (1012 млн. дал).

В США в 2016 г. количество пивоваренных заводов составило 5005 шт., из них 99% – малые и независимые крафтовые производители. Следует отметить, что малый бизнес в данной отрасли страны находится под угрозой (конкуренция и доступ на рынок) после слияния двух мировых гигантов SABMiller и AB InBev в транснациональную компанию, объемы производства которой в два с половиной раза превышают емкость всего американского пивного рынка. Тем не менее слияние компаний позволило увеличить экспорт продукции на 16,3%

до 5,2 млн. дал – это 116 млн. долл. США, а также организовать 11 тыс. новых рабочих мест.

Вторая по величине пивоваренная компания мира Heineken за 154-летнюю историю прошла путь от одной пивоварни до международного гиганта. В середине 1870-х гг. началась международная интеграция компании. Производство в других странах налаживалось не только за счет покупок, но и за счет лицензионных соглашений. В 1975 г. открытие более современного завода компании в голландском Зутервауде дало возможность постепенно закрыть устаревшие пивоварни в Роттердаме и Амстердаме. В 70-х гг. XX в. возникли сложности во Франции, где Heineken приобрела контрольный пакет акций одной из крупнейших местных сети пивоварен. Все закончилось закрытием трех производств и предприятия по розливу напитков, а также сокращением 500 чел. В 2004 г. прибыль компании уменьшилась на 33% и составила 537 млн. евро при росте продаж до 10 млрд. евро. Свою роль в этом сыграли повышение налогов и падение продаж пива в Нидерландах, а также колебания курса евро. В конечном итоге это привело к разделению Heineken на пять операционных подразделений, работающих в разных регионах мира. В 2010 г. при сокращении доходов компании на 3,5% значительный объем средств в первую очередь был направлен на улучшение системы продаж и расширение рынка. Heineken приобрела подразделение латиноамериканской пивоваренной компании Fomento Economico Mexicano (сумма сделки 7,6 млрд. долл. США). В 2012 г. выкупила за 6,4 млрд. долл. США недостающий пакет акций сингапурской компании Asia Pacific Breweries. В 2016 г. Heineken заключила соглашение с «Формулой-1» и, несмотря на снижение объемов прибыли до 1,54 млрд. евро, нарастила производственные мощности в Эфиопии, КНР, Камбодже и Вьетнаме, а также вышла на ряд новых рынков, в числе которых Филиппины и Кот д'Ивуар. В 2017 г. приобрела новозеландскую пивоваренную компанию Tuatara и выкупила вторую по размеру сеть пабов в Великобритании Punch Taverns (сумма сделки 403 млн. фунтов).

Мировой опыт слияний и поглощений свидетельствует, что экономические отношения в условиях рынка должны быть нацелены на максимальное повышение эффективности функционирования, совершенствование производства и организации труда, повышение экономической ответственности и материальной заинтересованности в конечных результатах деятельности каждого.

ЛИТЕРАТУРА

1. 11 крупнейших в мире пивоваренных компаний. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.http://profiber.ru/beer>. – Дата доступа: 16.11.2018.

2. Аналитика мирового рынка пива: новые возможности для отрасли. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://beertechedrinks.com/business/analitika-mirovogo-gynka-piva>. – Дата доступа: 29.01.2019.
3. Анализ рынка пива России в 2018 г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.alterainvest.ru/rus/blogi/analiz-rynka-piva-rossii-v-2018-godu-2018>. – Дата доступа: 06.02.2019.
4. ТНК: влияние на экономику страны с переходной экономикой в условиях глобализации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/bv/article>. – Дата доступа: 24.01.2019.
5. AB InBev поглотила SABMiller и стала крупнейшей пивоваренной компанией в мире. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pivo.by/news/ab-inbev-largest-brewing-company>. – Дата доступа: 11.10.2016.
6. Количество пивоварен в США достигло пяти тысяч. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pivo.by/news/usa-beer-review-2016>. – Дата доступа: 06.11.2018.

PREFERENCES OF BUYERS ON THE SUWALKI MARKET OF THE REAL ESTATE

De Jesus I. M.

Uniwersitet of Warmia and Mazury in Olsztyn
Poland

The real estate market is a very specific place. Despite the rapid pace of development, which is noticeable in every town in the current years, the transactions are still burdened with a very high risk. Their most important function is to satisfy the needs of buyers. Transactions are activities between the seller and the buyer that seek to exchange goods or services. Their final effect is a sales agreement. The exchange of goods should be understood as the purchase or sale of land and residential real estate. The exchange of services, on the other hand, means employing a housing agent or property appraiser. Hitting the tastes of customers is the only way to gain a competitive advantage on the market, and thus generate high profits. Potential buyers analyse in detail the available offers to buy or sell, because by choosing one of them, they invest the accumulated funds or take a loan.

The main objective of the research was to examine consumer preferences in the Suwałki real estate market. The evaluation of this issue was based on a direct interview with potential buyers, in which a questionnaire was used as a research tool. It does not require direct contact between the researcher and the respondents, which is a significant facilitation in the collection of data. After receiving answers to the questions, the preferences in this market were verified. The current place of residence of the buyers was also assessed.