

2. И.В. Безрукавая, В.А. Бессонов, Н.А. Власенко, И.А. Кириченко, Ю.Н. Некрестьянова, Н.И. Потявина, Г.Н. Ромашкина, Т.Н. Савостьянова, В.Е. Струкова, М.В. Хайретдинов. Инвестиции в России. 2017: Стат.сб. / Росстат. – М., 2017. – 188 с.

3. Нарышкин, С. Е. Инвестиционная безопасность как фактор устойчивого экономического развития / С. Е. Нарышкин // Вопросы экономики. – 2017. – № 8. – С. 25-34.

4. Федеральная служба государственной статистики. Национальные счета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/

5. Центральный банк Российской Федерации. Статистика внешнего сектора. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru/statistics/?prtid=svs>

УДК 338.242

РИСКИ ЭКСПОРТА ГОЛЛАНДСКОГО ПШЕНИЧНОГО ПИВА НА РОССИЙСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

А.А. Кушнаренко, Н.И. Долинский,

г. Белгород, Россия

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В статье проведен анализ возможных рисков вывоза голландского пшеничного пива на российский потребительский рынок, в ходе исследования рассмотрены стратегии экспорта пива и выявлены наиболее оптимальные пути реализации продукта.

Ключевые слова: риски, потребительский рынок, стратегии, экспорт, анализ, пшеничное пиво, потребитель.

THE RISKS OF THE DUTCH EXPORTS OF WHEAT BEER IN THE RUSSIAN CONSUMER MARKET

A. A. Kushnarenko, N. I. Dolinskiy

Belgorod, Russia

Belgorod state national research University

In the article analysis the possible risks of bringing Dutch wheat beer to the Russian consumer market; the study examined beer export strategies and identified the best ways to market the product of the Russian consumer market to search for the best ways of the Dutch exports of wheat beer, and was developed export strategies.

Keywords: risks, consumer market, strategies, export, analysis, wheat beer, consumer.

Рынок пива с каждым годом набирает все большие обороты во всем мире, так как данный вид слабоалкогольного напитка является самым потребляемым и не требует наличие лицензии. Россия является одной из стран, которые употребляют больше всего алкоголя в мире. Согласно отчету Consumer Trends от Agri-Food Canada, мы можем наблюдать постоянно увеличивающееся потребление алкоголя. По статистике, в период с 2005 по 2015 года объем розничных продаж удвоился.

Пшеничное пиво – это особый вид напитка, который обычно подвергается брожению, его варят с большим количеством пшеницы к пропорции солодового ячменя. Двумя основными сортами являются Weissbier and Witbier.; второстепенными – Lambic, Berliner Weisse и Gose. Такого вида пива нет в России, что является главной причиной успешного экспорта.

В России есть несколько алкогольных напитков, которые могут заменить голландское пшеничное пиво. Примерами являются: вино, коктейли, шампанское или крепкие напитки, такие как водка и ром.

По данным Russia Beyond, 27% россиян предпочитают водку, 23% пиво, 21% игристое вино или шампанское, 15% столовое вино, 12% коньяк и 10% предпочитают другие алкогольные напитки. Но, согласно другому исследованию того же источника, предпочтение напитку не соответствует реальному потреблению. Более 75% выбирают пиво при покупке или заказе алкогольного напитка. Это говорит о том, что спрос на пиво велик, и, несмотря на большое количество заменителей, мы можем проникнуть на российский рынок с голландским пшеничным пивом.

Вместе с тем, на российском рынке есть три крупных конкурента: Carlsberg, группа Abinbev (которая управляет многими европейскими и американскими брендами, такими как Budweiser, Stella Artois, Hoegaarden, Jupiler и т. Д.) является для нас самым важным конкурентом. Рыночная доля этой компании в 2015 году составила около 34,7%, что является очень большим показателем для суббренда. А также, в качестве конкурентов выступают местные пивоварни.

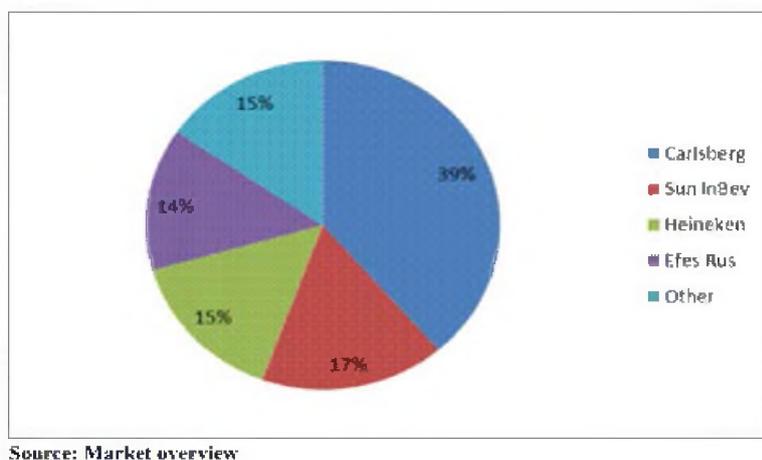


Рис. 1. Основные конкуренты рынка и их доля на рынке в 2014 году

Соответственно, многие из брендов, принадлежащих к этим группам, уже хорошо известны в России. Это можно считать как сильной, так и слабой стороной. Тот факт, что эти бренды уже известны, усложнит нашу работу, необходимо будет обратить особое внимание на пути продвижения пшеничного продукта. С другой стороны, это можно считать сильной стороной, так как продукт уже хорошо известен и зарекомендовал себя.

Анализируя стоимость данного продукта, мы выяснили, что среднее пиво в России стоит около 105 рублей за пол-литра. Главным аргументом в нашей стране является не качество алкоголя, а, прежде всего, цена и количество. Голландское пиво является высококачественным продуктом, который будет стоить, как пиво средней категории, и будет направлено на людей, которые хотят приобрести исключительный и хороший продукт.

Таким образом, для нахождения наилучших путей экспорта данного продукта было проведено анкетирование, так как, учитывая сроки и бюджет, данный метод исследования является наиболее подходящим. Было опрошено более 100 респондентов, жителей России, для минимизации ошибки выборки. Наша целевая группа (опрошенных) была определена следующими возрастными рамками: от 18 до 35 лет, потому что люди этого возраста более склонны платить дополнительные деньги за более качественное и эксклюзивное пиво.

Анкетирование проводилось в Google Forms. Опрос является удобным, но не надежным методом исследования. Большинство респондентов имеют практически

одинаковый возраст и проживают в одном субъекте. Это не все представители России, но тем не менее, удалось получить подробные ответы для проведения исследования с данной целевой группой.

В стратегии, которую мы разработали, канал сбыта будет иметь ключевое значение для определения реального размера рынка нашего продукта. Наша стратегия в отношении канала сбыта заключается в том, чтобы доставить наш продукт в 4 разных города России, причем не самых густонаселенных, а с более высокой средней заработной платой, чтобы у нас было больше шансов получить потенциальных клиентов. Это города Хабаровск, Москва, Санкт-Петербург и Тюмень.

От 8 до 12% населения в выбранных городах находится в возрасте, который мы установили для нашей целевой группы. По нашим оценкам, 80 процентов из этих людей пьют пиво время от времени или регулярно, а затем мы можем предположить, что 1 из 4 попробует пшеничное пиво.

Наша ожидаемая доля рынка будет:

– Хабаровск: 10% из 590 000 = 59 000 → 80% из 59 000 = 47 200 → 25% из 47 000 = 11800 человек.

– Москва: 10% из 12М = 1.2М → 80% из 1.2М = 960 000 → 25% 960 000 = 240 000 человек.

– Санкт-Петербург: 10% от 5М = 500 000 → 80% от 500 000 = 400 000 → 25% от 400 000 = 100 000 человек.

– Тюмень: 10% от 620 000 = 62 000 → 80% от 62 000 = 49 600 → 25% от 62 000 = 15500 человек.

Итого Размер рынка: 11 800 + 240 000 + 100 000 + 15 500 = 367300 человек.

Мы стремимся работать с супермаркетами, которые состоят только из высококачественных продуктов с более высокой ценой. В связи с этим нами была выбрана крупная сеть супермаркетов «Седьмой континент», представленная во многих странах и по всей России. Они предлагают широкий ассортимент первоклассной продукции, за которой следует более высокая цена.

В начале опроса мы узнали о среднем уровне дохода респондентов, а также об уровне их образования, так как, по нашему мнению, пшеничное пиво могут себе позволить более статусные люди, со средним заработком, а также с более высоким уровнем образования.

Выберите свой уровень доходов

112 ответов

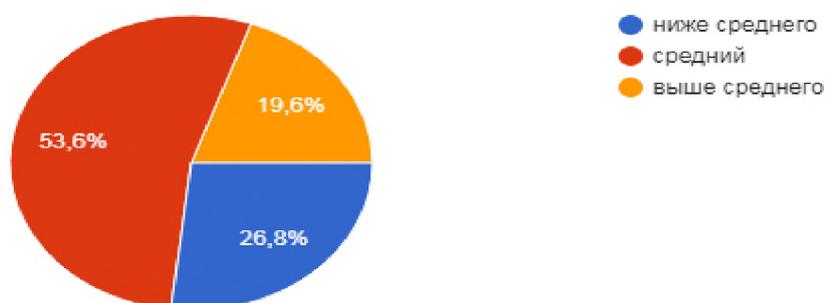


Рис. 2. Уровень доходов респондентов?

Уровень вашего образования

112 ответов



Рис. 3. Уровень образования респондентов?

Благодаря результатам опроса мы выяснили, какую цену российские покупатели готовы платить за пиво. Примерно 95% готовы тратить до 210 рублей за среднее пиво. Это дает нам представление о том, какой должна быть цена нашего экспортируемого голландского пива.

Кроме того, мы обнаружили, что люди готовы платить больше за пшеничное пиво. Пшеничное пиво является специализированным пивом и предположительно позиционируется выше среднего пива. Люди, которые покупают пшеничное пиво, выбирают качество и эксклюзив.

Сколько вы готовы платить за пшеничное пиво?

112 ответов

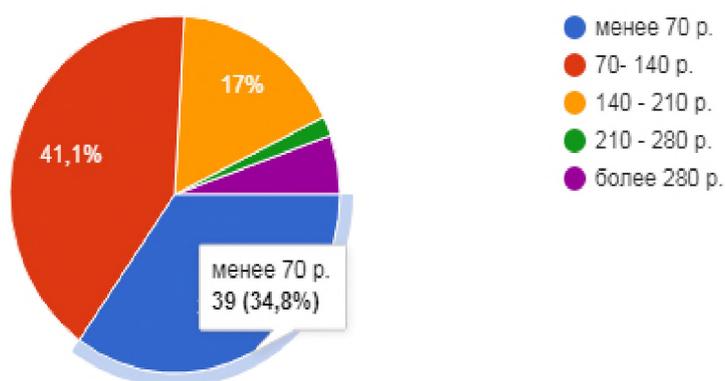


Рис. 4. Сколько вы готовы платить за пшеничное пиво?

Респонденты также ответили на вопрос о средней сумме денег, которую они тратят на пиво каждый месяц. Ответы отличались, но львиная доля, 66%, сказала, что потратила менее 1400 рублей. Затем появилась следующая категория с 17,1%, которая тратит от 1400 до 2800 рублей.

Сколько денег ежемесячно вы тратите на пиво?

112 ответов

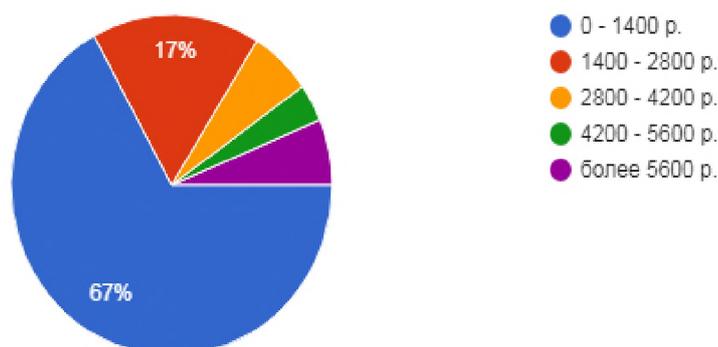


Рис. 5. Сколько денег ежемесячно вы тратите на пиво?

Поскольку мы будем экспортировать иностранный бренд в Россию, важно знать, какое значение для потребителей имеет происхождение пива. Результаты опроса показали, что 27 процентов опрошенных получают 5 баллов по шкале важности от 1 до 7, и поэтому заинтересованы в происхождении пива. Всего 32,4 процента ответили на этот вопрос 6 или 7.

Оцените по шкале от 1 до 7, насколько происхождение продукта влияет на ваш выбор, когда вы покупаете пиво?

112 ответов

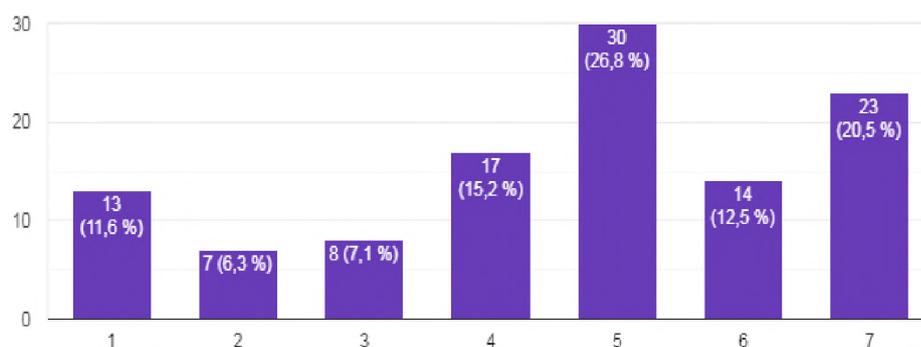


Рис. 6. Оцените по шкале от 1 до 7, насколько происхождение продукта влияет на ваш выбор, когда вы покупаете пиво?

Следовательно, мы можем констатировать, что наша целевая группа заботится о корнях своего пива и считает голландское пиво интересным. Это может быть сильной стороной при позиционировании нашего продукта.

Далее, вопрос: «Какое количество пива (в литрах) Вы выпиваете в неделю?» дал следующие результаты: большая часть респондентов (46,80%) выпивает около 0,5-1 л пива каждую неделю. Второй по значимости процент приходится на людей, которые никогда не пьют пиво (28,80%). Третья, основная группа, представляющая 14,40%

ответов, – это люди, которые пьют пиво по 1 л и 1,5 л в неделю. Четвертое место, у нас есть люди, которые пьют больше 2 л (5,40%), и, наконец, люди, которые пьют между 1,5 л и 2 л.

Эти результаты показывают, что наибольшее количество людей не пьют так много или вообще не пьют. Это может быть преимуществом, потому что мы думаем, что люди, которые пьют меньше, больше будут покупать хорошее пиво, чем дешевое.

Также мы задали вопрос о любимом виде пива. Результаты показывают, что более четверти респондентов (27%) предпочитают светлое нефilterованное пиво, что соответствует нашему продукту. Пшеничное пиво стоит сразу после светлого нефilterованного пива, которое представляет 30,6% людей. Это также является преимуществом для нас, потому что наше голландское пиво – напиток с безалкогольным вкусом, который не так далек от фilterованного пива. Фруктовое пиво и темное нефilterованное пиво представляют 16,2% самых популярных сортов пива. Наконец, мы видим, что темное фilterованное пиво является менее популярным всего с 9,9%.

Для проведения внешнего анализа мы провели обзор российского пивного рынка, обратившись к таким крупным пивным группам, как Carlsberg и AvInbev. Мы поняли, что у нас много конкурентов и эти мощные бренды являются хорошим индикатором алкогольного поведения в этой стране. Но пивные компании – не единственные наши конкуренты, потому что существует много замещающих продуктов.

После подведения итогов опроса, мы заметили, что люди из нашей выборки не готовы платить около 210 или 280 рублей за пиво. Только 1,80% респондентов заявили, что они были удовлетворены этой ценой. 40,5%, скорее всего, заплатят цену от 70 до 140 рублей, поэтому мы должны адаптировать её. Мы будем реализовывать наше пиво по цене около 140 рублей.

Этот опрос дал нам возможность установить нашу реальную целевую группу (от 20 до 35 лет) и скорректировать нашу маркетинговую стратегию, чтобы сделать наш продукт конкурентоспособным на российском рынке.

Таким образом, мы считаем, что с разработанной нами стратегией мы сможем успешно позиционировать данный вид продукта на российском потребительском рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. «Рынок пива в России» [Электронный ресурс] // Российский рынок пива февраль 2019 – Режим доступа: <http://www.food-exhibitions.com/Market-Insights/Russia/Russia-beer-market>.
2. «Carlsberg Group» [Электронный ресурс] // Carlsberg Group in Russia 2019 – Режим доступа: <https://carlsberggroup.com/who-we-are/about-the-carlsberg-group/global-presence/russia/>.
3. «ABInbev» [Электронный ресурс] // Russia 2019 – Режим доступа: http://www.ab-inbev.com/content/dam/universaltemplate/ab-inbev/News/Press%20kit/ABI_FS16_Russia.pdf.
4. «My travel cost Average beer price in Russia» [Электронный ресурс] // Russia 2019 – Режим доступа: <http://www.mytravelcost.com/Russia/prices-alcohol/>.
5. «Rate Beer Best beers in Russia» [Электронный ресурс] // Russia 2019 – Режим доступа: <https://www.ratebeer.com/beer/country/russia/169/>.