

**Katarzyna Boratyńska**

Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

## **Rynek piwa w Polsce i perspektywy jego rozwoju**

### **Wstęp**

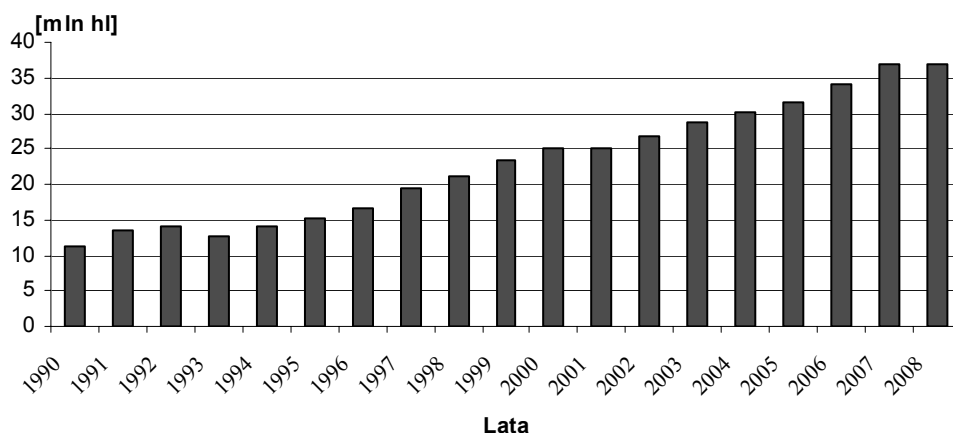
Problem funkcjonowania browarów w kontekście zmian własnościowych, organizacyjnych i ekonomicznych jest szczególnie ważny w dobie globalizacji. Oznacza ona realizację przez firmy zarządzania opartego na konkuroowaniu w skali międzynarodowej, którego efektem jest integracja różnych działań ekonomicznych, podejmowanych na całym świecie. W wyniku globalizacji zacierają się granice państw, kapitał przemieszcza się w skali świata, pochodzi on z różnych krajów. W wielkich korporacjach, które są silniejsze i bardziej efektywne gospodarczo od niektórych państw, w tym Polski, decyzje alokacyjne podejmowane są zgodnie z rachunkiem ekonomicznym. Kapitał lokowany jest tam, gdzie może przynieść największy zysk. W latach 90. następował stały wzrost udziału w rynku browarów z przeważającym kapitałem zagranicznym. W 2003 r. przypadało na nie ponad 90% produkcji piwa w Polsce.

Należy podkreślić wkład przemysłu piwowarskiego w rozwój przemysłu spożywczego i polskiej gospodarki. W branży piwowarskiej bezpośrednio zatrudnionych jest około 15000 pracowników. Pośrednie zatrudnienie w przedsiębiorstwach kooperujących jest bardzo wysokie (np. w firmach zajmujących się dostawami do browarów zatrudnionych jest ponad 56000 osób, w sektorze detalicznym 23700 pracowników) [The Contribution Made by Beer to the European Economy 2006, s. 143]. Branża ta zapewnia także wysokie wpływy do budżetu państwa pochodzące z podatku akcyzowego i VAT. W związku z tym Autorka uznała, iż warto podjąć powyższą tematykę.

Celem opracowania było dokonanie charakterystyki rynku piwa w Polsce oraz przedstawienie perspektyw jego rozwoju.

## Produkcja i sprzedaż piwa w Polsce

Dzięki urynkowieniu browarnictwa produkcja piwa w Polsce w latach 1990–2008 wzrosła ponad trzykrotnie (rys. 1). Tendencja ta ukształtowała się m. in. na skutek nowego modelu spożycia piwa, która prawdopodobnie utrzyma się przez najbliższe kilka lat, chociaż tempo tych zmian ulegnie spowolnieniu. Trend wzrostowy produkcji piwa w Polsce jest również wynikiem zwiększania się zdolności produkcyjnych browarów, na skutek przeprowadzonych inwestycji w majątek produkcyjny. Przejęcie polskich browarów przez inwestorów zagranicznych również przyczyniło się do modernizacji i podniesienia poziomu technologicznego branży.



**Rysunek 1**

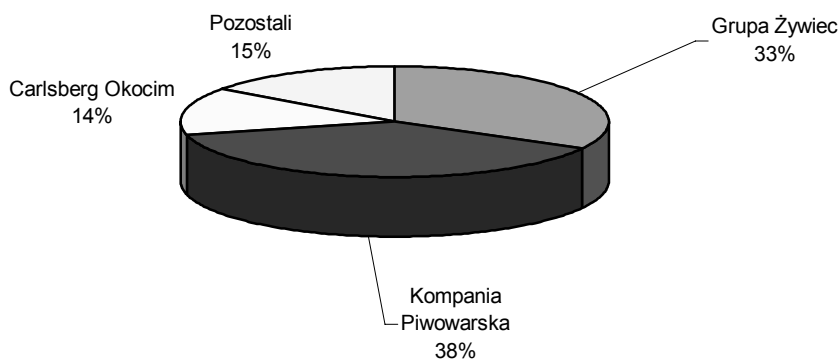
Produkcja piwa otrzymywanego ze słodu w latach 1990–2008 w Polsce

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Rocznika Statystycznego Przemysłu GUS, Warszawa 2008, s. 33, Produkcji wyrobów przemysłowych w 2002 r., GUS, Warszawa, s. 58., Polish Beverage Report, May 2009, s. 6.

W 1991 r. browary i słodownie były zgrupowane w 24 przedsiębiorstwach państwowych lub jednoosobowych spółkach Skarbu Państwa. W 1995 r. funkcjonowało 80 browarów, które należały do 33 podmiotów gospodarczych, zwanych zakładami piwowarskimi lub browarami. Piwo produkowano ponadto w 17 małych zakładach, nazywanych „minibrowarami”.

W branży tej następowały szybkie zmiany w kierunku oligopolu, składającego się z kilku silnych grup. Działo w niej 12 koncernów zagranicznych (m. in. Heineken, Harbin BV, South African Breweries, Carlsberg, Brau Union, Palm, Binding Brauerei) z 8 państw. Wszystkie browary, które posiadały inwestora zagranicznego były zrzeszone w Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie” z siedzibą w Warszawie (Grupa Żywiec, Kompania

Piwowarska, Carlsberg Okocim, Brau Union, Dojlidy, Palm). W 2009 r. członkami Związku były następujące przedsiębiorstwa: Grupa Żywiec, Kompania Piwowarska, Carlsberg Polska, Royal Unibrew. Produkcja piwa odbywa się w 70 browarach, a 40 z nich są klasyfikowane jako przedsiębiorstwa przemysłowe. W 2008 r. rynek piwa podzielony był pomiędzy trzy koncerny międzynarodowe. Pozycję lidera zajmowała Kompania Piwowarska S.A. Grupa Kapitałowa z ponad 38% udziałem, który powiększyła na przełomie 2007 i 2008 r. przejmując Browar Belgia. Drugim co do wielkości przedsiębiorstwem była Grupa Kapitałowa Żywiec, której udział wynosił ok. 33%. Kolejną pozycję zajął duński Carlsberg z 14% udziałem w rynku. Pozostały udział należał do małych i średnich browarów o charakterze lokalnym oraz sieci handlowych sprzedających piwo pod własnymi markami handlowymi (rys. 2) [Drożdż 2008, s. 22].



### Rysunek 2

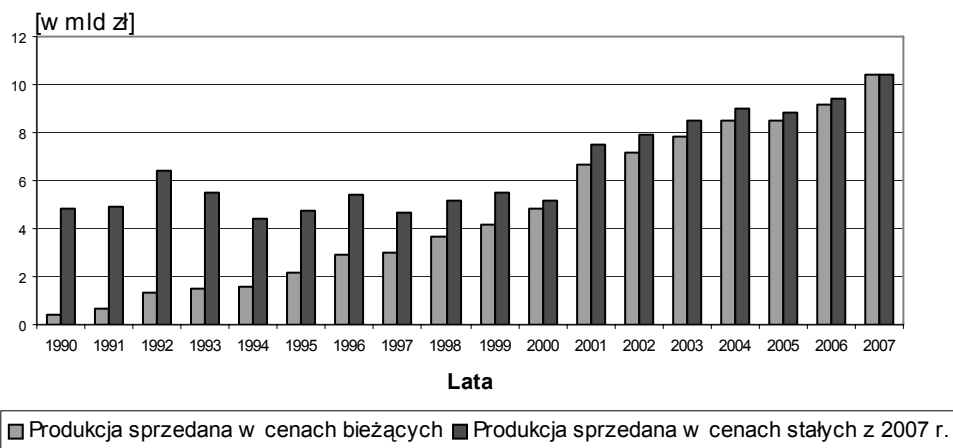
Udział głównych producentów w rynku piwa w 2008 roku

Źródło: Drożdż J., Leaders of Food Sectors, Przemysł Spożywczy, nr 8, 2008 r., s. 22.

W latach 1990–2007 produkcja sprzedana w cenach bieżących, w podmiotach zatrudniających ponad 49 osób, wzrosła ponad 25-krotnie (rys. 3). W latach 1992–1994 wystąpił w przemyśle spożywczym kryzys ekonomiczny. W okresie tym produkcja sprzedana piwa w cenach realnych zmniejszyła się, natomiast w kolejnych latach (wyłączając 1997 r.) następował jej wzrost. Największe tempo wzrostu produkcji sprzedanej, zarówno w cenach bieżących, jak i stałych, wystąpiło w 2001 r. (rys. 3).

## Konsumpcja piwa w Polsce

Spżycie piwa wzrosło z 30 litrów w 1990 do około 90 litrów *per capita* w 2008 r. Był to rezultat wzrastającego popytu na wyroby o niskiej zawartości alkoholu. W latach 1990–2000 udział piwa w całkowitej konsumpcji alkoholu zwiększył się z 24% do 52% [Kuchciak, Sadowski, 2003].

**Rysunek 3**

Wartość produkcji sprzedanej piwa w latach 1990–2007\*

\* Dane dotyczą podmiotów gospodarczych, w których liczba pracujących przekracza 49 osób

Źródło: Rocznik Statystyczny Przemysłu 1998–2002, Produkcja wyrobów przemysłowych w latach 1990–1996 oraz 2002, 2005, 2007, GUS, Warszawa oraz obliczenia własne produkcji sprzedanej w cenach stałych z 2007 r.

Centrum Badań Marketingowych INDICATOR na przełomie lutego i marca 2007 r. przeprowadziło badanie zwyczajów konsumpcyjnych oraz znajomości najczęściej spożywanych marek piw. Badaniu poddano reprezentatywną losowo-warstwową próbę 1000 dorosłych mieszkańców Polski. Zostało ono przeprowadzone przy wykorzystaniu bezpośrednich wywiadów kwestionariuszowych face-to-face. Najczęściej wskazywaną marką piwa okazał się Żywiec, o którym słyszało ponad 90% respondentów. Na drugim miejscu według uplasowała się marka Tyskie, natomiast na trzecim piwo Lech. Ponad 75% respondentów spożywało piwo, ponad 56% – wódki, natomiast ok. 30% – wina musujące i szampany.

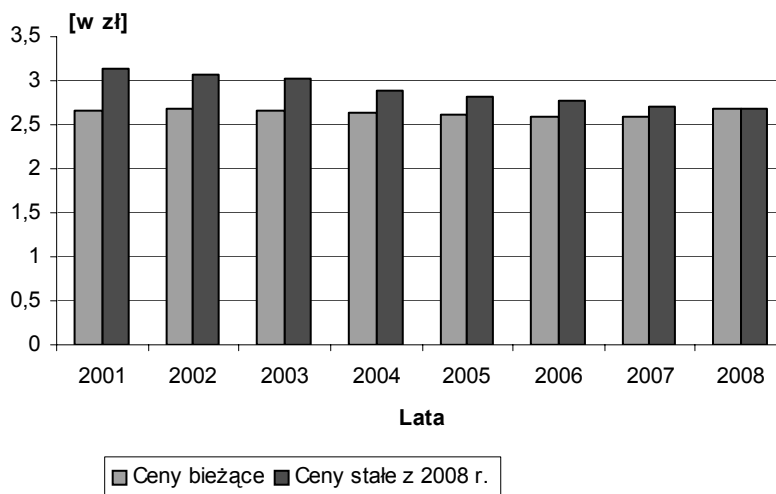
Według deklaracji co czwarty z respondentów najchętniej spożywał markę Tyskie (tab. 1). W pierwszej piątce najczęściej spożywanych marek piwa znalazły się wyłącznie produkty polskie (trzy z nich należały do Kompanii Piwowarskiej S.A.).

Wyniki badań przeprowadzonych przez firmę CASE-Doradcy wykazały, że piwo jest produktem o bardzo wysokim współczynniku elastyczności cenowej, co oznacza dużą wrażliwość popytu na cenę. W przybliżeniu 1-procentowa podwyżka ceny piwa powoduje niemal 1-procentowy spadek jego sprzedaży [Okrzesik 2003]. W latach 2001–2008 poziom ceny detalicznej piwa kształtował się na zbliżonym poziomie. Po uwzględnieniu inflacji poziom cen w analizowanym okresie nieznacznie obniżył się (rys. 4).

**Tabela 1**  
Piwa spożywane najczęściej

Lp.	Piwa spożywane najczęściej	Częstotliwość wskazań (w %)
1.	Tyskie	26,9
2.	Żywiec	23,0
3.	Lech	18,7
4.	Żubr	15,9
5.	Warka	10,1
6.	Heineken	9,3
7.	Tatra	9,2
8.	Okocim	8,4
9.	Redd's	6,8
10.	Dębowe Mocne	6,7
11.	Warka Strong	6,6
12.	Harnaś	4,6
13.	Carlsberg	3,7
14.	Bosman	3,1
15.	Specjal	2,7

Źródło: [http://www.browary-polskie.pl/rynek\\_piwa/badania.php](http://www.browary-polskie.pl/rynek_piwa/badania.php) z dnia 10.07.2009



**Rysunek 4**

Ceny detaliczne piwa jasnego pełnego 12,5% ekstraktu wagowego butelkowanego – za 0,5 l

Źródło: Ceny w gospodarce narodowej w 2008 r. Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2009, s. 72 oraz obliczenia własne.

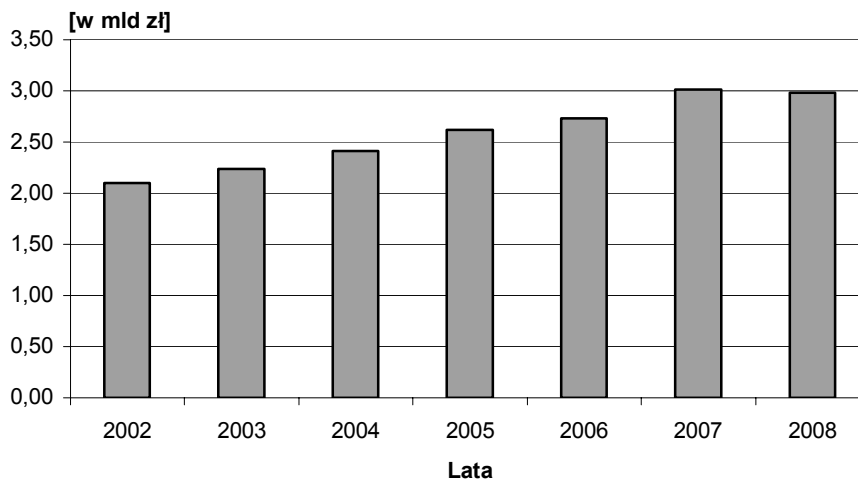
## Perspektywy rozwoju rynku piwa w Polsce

W latach 90. następowały zmiany w uwarunkowaniach oraz sposobie funkcjonowania większości przedsiębiorstw piwowarskich. Potencjał produkcyjny polskich browarów wynosi ponad 35 mln hl/rok. Można stwierdzić, iż istnieją szanse dalszego rozwoju produkcji i konsumpcji piwa w Polsce. Polska nie dorówna jednak pod względem spożycia piwa Niemcom (123 l/osobę rocznie) lub Czechom (156 l/osobę rocznie) [dane za S. Urban, 2003].

Duże znaczenie dla rozwoju branży browarniczej mają ewentualne zmiany wysokości akcyzy na ten napój, które w zależności od kierunku będą stymulować lub ograniczać popyt na piwo. Podstawą opodatkowania piwa jest liczba hektolitrow gotowego wyrobu na 1 stopień Plato. Stawka akcyzy na piwo w 2009 r. wynosi 7,79 zł od 1 hektolitra za każdy stopień Plato gotowego wyrobu.

W 2002 r. podwyższona akcyza przyniosła budżetowi ponad 2 mld zł wpływów, jednakże przyczyniła się do zahamowania wzrostu konsumpcji i sprzedaży piwa, gdyż część kosztów producenci przerwali na klientów. Należy podkreślić wzrost wpływów z akcyzy od piwa w latach 2002–2007. W 2008 r. w porównaniu do 2007 r. nastąpił ich nieznaczny spadek. Najwyższe wpływy z akcyzy od piwa odnotowano w 2007 r. (rys. 5).

Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego szacował, iż po przystąpieniu Polski do UE konkurencyjność branży piwowarskiej może w znacznym stopniu pogorszyć się, ze względu na rozbieżności w wysokości obciążeń podat-



**Rysunek 5**

Wpływy z akcyzy od piwa do budżetu państwa w latach 2002–2008

Źródło: Dane Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego zamieszczone na [http://www.browary-polskie.pl/rynek\\_piwa/wyniki\\_branzy.php](http://www.browary-polskie.pl/rynek_piwa/wyniki_branzy.php) z dnia 10.07.2009

kowych pomiędzy Polską a krajami sąsiednimi. Twierdzono, że poszerzenie UE i zniesienie granic spowoduje import piwa głównie z Czech, Słowacji i Niemiec. Kraje te (szczególnie Niemcy) charakteryzują się nadprodukcją piwa, a niższe obciążenia fiskalne spowodują jego atrakcyjność cenową. Przykładem może być Dania, gdzie wskutek zbyt wysokiej akcyzy, około 20% spożywanego piwa pochodzi z prywatnego importu z Niemiec [Boratyńska 2006, s. 106].

Wzrost konsumpcji tańszego piwa z importu oznacza nie tylko straty producentów, ale również bardzo radykalne zmniejszenie wpływów do budżetu państwa oraz wyższą stopę bezrobocia. Wydaje się, że piwa importowane, bez nasilonych działań marketingowych i rozwiniętych sieci dystrybucji nie będą w stanie zagrozić polskim browarom oficjalnie. Legalnie importowane piwo nie przekroczy 1,5–2% w spożyciu piwa ogółem. Prawdziwym problemem może być jednak napływ piwa przywożonego z zagranicy przez ludność. Zgodnie z unijnym prawem po 1 maja każdy może legalnie przywieźć zza granicy do 10 litrów mocnych alkoholi, 90 litrów wina i ponad 200 puszek piwa do własnego użytku.

W Szwecji w latach 1994–2003 tzw. import prywatny wzrósł aż o 670%, podczas gdy rynek piwa zaledwie o 1%. W 2002 r. do Szwecji wwieziono w drodze importu prywatnego około 1 mln hl piwa. Negatywne skutki wpłynęły na lokalny przemysł piwowarski – kilka browarów zamknięto, kilka innych zagrożonych jest bankrutem [Łakomy 2003].

Do najbardziej zagrożonych importem prywatnym browarów polskich po akcesji należały wszystkie browary przygraniczne m. in. Bosman, Dojlidy, Okocim, Grybów, Żywiec, Tychy, Głubczyce, Witnica, Piast, Lwówek Śląski.

Można oczekiwać, że przyśpieszenie konsolidacji kapitałowej w krajowej branży browarniczej będzie tracić dynamikę i trudno spodziewać się tak dużych fuzji jak Żywca i Brewpole (Elbrewery) oraz Lecha i Browarów Tyskich. Przedsiębiorstwa te zajęte są wewnętrzną restrukturyzacją, a przejmowanie nowych browarów mogłoby ją opóźnić. Procesów konsolidacji należy natomiast spodziewać się wśród grupy małych i średnich browarów, które tracą stopniowo niezależność, gdyż ich niekorzystna sytuacja finansowa uniemożliwia większe inwestycje oraz skuteczny marketing, zmuszając je do bliższych związków z potentatami.

Akcesja Polski do struktur Unii Europejskiej ma również swoje pozytywne strony. Nastąpił wzrost zainteresowania konsumentów piwem i przejęcie przyzwyczajęń stanowiących trwałe elementy „piwnej” kultury w Niemczech, Belgii czy Czechach.

Zmianie mogą ulec również preferencje konsumentów, którzy coraz częściej sięgać będą po piwa lokalne, a także te, które są przeznaczone dla klientów o wysublimowanym smaku. Piwa z dodatkiem soków owocowych czy ziół, stanowią

niewielki udział w polskim rynku, natomiast w krajach UE osiągają blisko 3%. Notuje się dynamiczny rozwój rynku piw smakowych w Polsce. Kompania Piwowarska po przejęciu Browaru Belgia kontrolowała ponad 70% tego segmentu rynku, Grupa Żywiec – ok. 14%, Calsberg – ponad 8% [Drożdź 2008, s. 22].

## Podsumowanie i wnioski

1. W latach 1990–2008 następował wzrost zarówno produkcji, jak i konsumpcji piwa w Polsce.
2. Konkurencja na rynku piwa wzrastała, browary zmuszone były dostosowywać się do ciągłych zmian w otoczeniu zewnętrznym i zachodzących procesów globalizacji. Pod względem udziałów rynkowych liderami branży browarniczej stały się Kompania Piwowarska i Grupa Żywiec. Przedsiębiorstwa te zdystansowały pozostałych konkurentów.
3. W badanym okresie występowały procesy konsolidacji przedsiębiorstw branży piwowarskiej w Polsce, powstały trzy silne grupy kapitałowe, dalsza konsolidacja jest niemożliwa - graniczy z monopolem.
4. Wysokie obciążenia fiskalne są czynnikiem znacznie ograniczającym konkurencyjność polskich browarów w warunkach otwarcia granic po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Przykłady innych krajów europejskich wskazują na konieczność obniżenia akcyzy na piwo także w Polsce. Dalszy jej wzrost w najbliższych latach może doprowadzić do obniżenia rentowności przemysłu piwowarskiego.
5. Odnotowano dynamiczny wzrost udziału rynku piw smakowych i wydaje się, iż następował będzie rozwój tego segmentu w przyszłości.

## Literatura

- BORATYŃSKA K., 2006: Obciążenia podatkowe a konkurencyjność przedsiębiorstw agrobiznesu po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr 1118, Tom 1, Wrocław.
- Ceny w gospodarce narodowej w 2008 r. Informacje i Opracowania Statystyczne, GUS, Warszawa 2009.
- DROŹDŹ J., Leaders of Food Sectors, Przemysł Spożywczy, nr 8, 2008 r.  
[http://www.browary-polskie.pl/rynek\\_piwa/badania.php](http://www.browary-polskie.pl/rynek_piwa/badania.php) z dnia 10.07.2009  
[http://www.browary-polskie.pl/rynek\\_piwa/wyniki\\_branzy.php](http://www.browary-polskie.pl/rynek_piwa/wyniki_branzy.php) z dnia 10.07.2009
- KUCHCIAK T., SADOWSKI A., 2003: Preferencje konsumentów piwa w Polsce. Badania ankietowe. „Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny”, nr 4.
- ŁAKOMY J., 2003: Lekki wzrost w piwie, Rynki Alkoholowe, nr 11 (104)



- OKRZESIK J., 2003: Brewing industry, Business News Poland, No 7.  
Polish Beverage Report, May 2009  
Produkcja wyrobów przemysłowych w 2002 r., 2005, 2007 r., GUS, Warszawa  
Produkcja wyrobów przemysłowych w latach 1990–1996, GUS, Warszawa  
Roczniki Statystyczne Przemysłu za lata 1998–2002 oraz 2008 r., GUS, Warszawa  
The Contribution Made by Beer to the European Economy. Employment, value added and tax, Ernst&Young Netherlands, Amsterdam 2006, s. 143  
Urban S., 2003: Postrzeganie piwa w Polsce. Perspektywy rozwoju rynku piwowarskiego., „Agro Przemysł”, nr 2.

## **Beer Market in Poland and Perspectives of its Development**

### **Abstract**

In this article characteristic of the beer market in Poland has been presented. The Author concentrated on production and sales levels as well as consumption of beer *per capita* in Poland. It has also indicated main beer brands and market shares of largest companies. The Author has discussed excise tax issues emphasising its significant impact on the beer industry. Moreover, main trends and perspectives of beer market development have been pointed out.

