



## Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

### Анализ рынка алкогольных напитков в Казахстане



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

### Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

#### 1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз, данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

#### 2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

#### 3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

#### 4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

#### 5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

## Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малопригодной информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

### РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

## ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируемом рынке, мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах, данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

## ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

**Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!**

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

**DISCOVERY Research Group** не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

### **ВАЖНО!**

**Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете, являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.**

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт РБК, Профиль и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

## Содержание

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Список таблиц и диаграмм .....                                                    | 10 |
| Таблицы: .....                                                                    | 10 |
| Диаграммы: .....                                                                  | 11 |
| Резюме .....                                                                      | 13 |
| Глава 1. Методология исследования .....                                           | 14 |
| Объект исследования .....                                                         | 14 |
| Цель исследования .....                                                           | 14 |
| Задачи исследования.....                                                          | 14 |
| Метод сбора и анализа данных.....                                                 | 14 |
| Источники получения информации .....                                              | 14 |
| Объем и структура выборки.....                                                    | 15 |
| Глава 2. Классификация алкогольных напитков .....                                 | 16 |
| Глава 3. Объем и темпы роста рынка алкогольных напитков в Казахстане....          | 20 |
| Объем и темпы роста рынка .....                                                   | 21 |
| <i>В натуральном выражении</i> .....                                              | 21 |
| <i>В стоимостном выражении</i> .....                                              | 24 |
| Фальсификация алкогольной продукции в Казахстане.....                             | 25 |
| Торговые барьеры в страны ЕАЭС .....                                              | 25 |
| <i>Экспорт в Россию</i> .....                                                     | 27 |
| Уровень цен на рынке алкогольной продукции .....                                  | 30 |
| Импорт алкогольной продукции в Казахстан.....                                     | 31 |
| <i>Импорт из России</i> .....                                                     | 34 |
| Глава 4. Конкурентный анализ рынка алкогольной продукции в Казахстане             | 36 |
| Рыночные доли компаний .....                                                      | 36 |
| Рыночные доли брендов.....                                                        | 38 |
| Глава 5. Объем и темпы роста производства алкогольных напитков в Казахстане.....  | 38 |
| Производство пива .....                                                           | 42 |
| Производство крепких алкогольных напитков .....                                   | 44 |
| Производство вина .....                                                           | 44 |
| Глава 6. Каналы сбыта алкогольных напитков в Казахстане.....                      | 44 |
| Каналы реализации пива .....                                                      | 51 |
| Глава 7. Прогноз развития рынка алкогольной продукции в Казахстане до 2023 г..... | 54 |
| <i>В натуральном выражении</i> .....                                              | 54 |

|                                                                                                 |                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Сегмент «Пиво».....                                                                             | 58                                        |
| В стоимостном выражении .....                                                                   | 59                                        |
| Сегмент «Пиво».....                                                                             | 59                                        |
| Глава 8. Тенденции, события и перспективы развития рынка алкогольных напитков в Казахстане..... | 59                                        |
| Онлайн-отслеживание производства алкоголя запустили в Казахстане .....                          | 61                                        |
| Петропавловский ликероводочный завод (ПЛВЗ) обрел нового инвестора .....                        | 61                                        |
| Ассоциация «Казалко» открывает вьетнамский рынок для казахстанской продукции.....               | 61                                        |
| В Нур-Султане откроется азербайджанский торговый дом .....                                      | 61                                        |
| В Минздраве пока не определили схему финансирования Фонда здоровья .....                        | 62                                        |
| Возрождение виноделья.....                                                                      | 62                                        |
| РАР негласно запретило Казахстану экспортировать в Россию алкоголь .....                        | 62                                        |
| Экспорт казахстанских товаров в Азербайджан.....                                                | 62                                        |
| С 2020 года в Казахстане начнут сажать за пьяную езду и рекламу наркотиков на стенах .....      | 62                                        |
| В Алматы закрыли крупный цех фальсифицированной алкогольной продукции .....                     | <b>Ошибка! Закладка не определена.</b> 95 |
| Приостановление деятельности крупнейшего производителя крепких алкогольных напитков .....       | 62                                        |
| Ликёроводочном заводе ТОО «Кентавр» хотят закрыть .....                                         | 62                                        |
| В Казахстане делают алкоголь-фальсификат из китайских таблеток .....                            | 62                                        |
| Рекламу алкогольной продукции могут вернуть в казахстанские СМИ.....                            | 62                                        |

## Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 42 таблицы и 38 диаграмм.

### Таблицы:

- Таблица 1. Классификация алкогольных напитков по содержанию в них спирта и сахара
- Таблица 2. Объем рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане, млн.л.
- Таблица 3. Темпов прироста объема рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане. в натуральном выражении, %.
- Таблица 4. Объем рынка алкогольной продукции в Казахстане., млрд. тенге
- Таблица 5. Темп прироста объема рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане. в стоимостном выражении, %.
- Таблица 6. Ставка акциза за 1 литр 100% спирта в Казахстане, тенге
- Таблица 7. Объем экспорта алкогольных напитков по сегментам из Казахстана в Россию, тыс. литров
- Таблица 8. Объем экспорта алкогольных напитков по сегментам из Казахстана в Россию, тыс. \$.
- Таблица 9. Розничные цены на водку., тенге за литр
- Таблица 10. Объем импорта алкогольных напитков в Казахстан, млн. \$ и тыс. л.
- Таблица 11. Объем импорта алкогольных напитков по сегментам в Казахстан из России, тыс. литров
- Таблица 12. Объем импорта алкогольных напитков по сегментам в Казахстан из России, тыс. \$.
- Таблица 13. Доли продаж алкогольной продукции по производителям в Казахстане, %.
- Таблица 14. Объем продаж алкогольной продукции по производителям в Казахстане, млн.л.
- Таблица 15. Доли производителей в объеме рынка алкогольной продукции в Казахстане, % от натурального объема рынка.
- Таблица 16. Доли продаж алкогольной продукции по брендам в Казахстане, %.
- Таблица 17. Объем продаж алкогольной продукции по брендам в Казахстане, млн.л.
- Таблица 18. Доли брендов в объеме рынка алкогольной продукции в Казахстане, % от натурального объема рынка.
- Таблица 19. Объем производства алкогольных напитков в Казахстане., тыс. литров
- Таблица 20. Темп прироста объема сегментов алкогольной продукции в объеме производства в Казахстане. в натуральном выражении, %.
- Таблица 21. Объем производства пиво в Казахстане., тыс. литров
- Таблица 22. Объем производства крепких алкогольных напитков в Казахстане., тыс. литров
- Таблица 23. Темп прироста объема категорий алкогольной продукции в объеме производства сегмента «Крепкие алкогольные напитки» в Казахстане. в натуральном выражении, %.
- Таблица 24. Объем производства вина в Казахстане., тыс. литров
- Таблица 25. Темп прироста объема категорий алкогольной продукции в объеме производства сегмента «Вино» в Казахстане. в натуральном выражении, %.
- Таблица 26. Дистрибуция алкогольных напитков по формату торговли в Казахстане в стоимостном выражении, %.
- Таблица 27. Структура каналов On-trade и Off-trade в объеме рынка алкогольной продукции Казахстана в натуральном выражении, %
- Таблица 28. Структура каналов On-trade и Off-trade в объеме рынка алкогольной продукции Казахстана в стоимостном выражении, %
- Таблица 29. Объем рынка алкогольной продукции по каналам Off-trade и On-trade в Казахстане, млн.л.
- Таблица 30. Объем рынка алкогольной продукции по каналам Off-trade и On-trade в Казахстане, млрд. тенге
- Таблица 31. Объем рынка сегмента «Пиво» по каналам Off-trade и On-trade в Казахстане, млн. л.

Таблица 32. Структура каналов On-trade и Off-trade в объеме рынка сегмента «Пиво» Казахстане в натуральном выражении, %

Таблица 33. Объем рынка сегмента «Пиво» по каналам Off-trade и On-trade в Казахстане, млрд. тенге

Таблица 34. Структура каналов On-trade и Off-trade в объеме рынка сегмента «Пиво» Казахстане в стоимостном выражении, %

Таблица 35. Объем рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане, млн.л.

Таблица 36. Прогноз темпов прироста объема рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане в натуральном выражении, %.

Таблица 37. Объем рынка сегмента «Пиво» по каналам Off-trade и On-trade в Казахстане, млн. л.

Таблица 38. Структура каналов On-trade и Off-trade в объеме рынка сегмента «Пиво» Казахстане в натуральном выражении, %

Таблица 39. Объем рынка алкогольной продукции в Казахстане, млрд. тенге

Таблица 40. Прогноз темпов прироста объема рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане в стоимостном выражении, %.

Таблица 41. Объем рынка сегмента «Пиво» по каналам Off-trade и On-trade в Казахстане, млрд. тг.

Таблица 42. Структура каналов On-trade и Off-trade в объеме рынка сегмента «Пиво» Казахстане в стоимостном выражении, %

### Диаграммы:

Диаграмма 1. Объемы и темп прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане., млн.л., %.

Диаграмма 2. Доли сегментов алкогольных напитков в объеме рынка в Казахстане, % от натурального объема.

Диаграмма 3. Объемы рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане., млн.л.

Диаграмма 4. Объемы и темп прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане., млн.л., %.

Диаграмма 5. Доли сегментов алкогольных напитков в объеме рынка в Казахстане, % от стоимостного объема.

Диаграмма 6. Объемы рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане., млрд. тенге

Диаграмма 7. Ставки и темп прироста акцизов на 100% спирта в Казахстане, тенге

Диаграмма 8. Объем и темп прироста экспорта алкогольных напитков из Казахстана в Россию, тыс. литров

Диаграмма 9. Объем и темп прироста экспорта алкогольных напитков из Казахстана в Россия, тыс. литров

Диаграмма 10. Доли стран в объеме импорта, % от натурального объема.

Диаграмма 11. Доли стран в объеме импорта, % от стоимостного объема.

Диаграмма 12. Объем и темп прироста импорта алкогольных напитков в Казахстан из России, тыс. литров

Диаграмма 13. Объем и темп прироста импорта алкогольных напитков в Казахстан из России, тыс. литров

Диаграмма 14. Доли производителей в объеме рынка алкогольной продукции в Казахстане, % от натурального объема рынка.

Диаграмма 15. Доли брендов в объеме рынка алкогольной продукции в Казахстане, % от натурального объема рынка.

Диаграмма 16. Объем и темп прироста производства алкогольных напитков в Казахстане., тыс.л.

Диаграмма 17. Доли сегментов алкогольных напитков в объеме производства в Казахстане, % от натурального объема.

Диаграмма 18. Объем сегментов алкогольной продукции в объеме производства в Казахстане., млн. л.

Диаграмма 19. Объем и темп прироста производства пива в Казахстане., тыс. л.

Диаграмма 20. Доли категорий в объеме производства сегмента «Пиво» в Казахстане, % от натурального объема.

Диаграмма 21. Объем и темп прироста производства крепких алкогольных напитков в Казахстане., тыс. л.

Диаграмма 22. Доли категорий сегмента «Крепкие алкогольные напитки» в объеме производства в Казахстане, % от натурального объема.

Диаграмма 23. Объем и темп прироста производства вина в Казахстане., тыс. л.

Диаграмма 24. Доли категорий алкогольных напитков в объеме производства сегмента «Вино» в Казахстане, % от натурального объема.

Диаграмма 25. Объем и темп прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане, млн.л.

Диаграмма 26. Объем каналов сбыта алкогольной продукции в Казахстане, млн. л.

Диаграмма 27. Объем и темп прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане, млрд. тенге

Диаграмма 28. Объем каналов сбыта алкогольной продукции в Казахстане, млрд. тенге

Диаграмма 29. Объем и темп прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане, млн.л.

Диаграмма 30. Объем и темп прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане, млрд. тенге

Диаграмма 31. Прогноз объема и темпов прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане, млн.л., %.

Диаграмма 32. Прогноз доли сегментов алкогольных напитков в объеме рынка в Казахстане, % от натурального объема.

Диаграмма 33. Прогноз объема рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане, млн.л.

Диаграмма 34. Прогноз объема каналов сбыта пива в Казахстане, млн. л.

Диаграмма 35. Прогноз объема и темпов прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане, млн.л., %.

Диаграмма 36. Прогноз доли сегментов алкогольных напитков в объеме рынка в Казахстане, % от стоимостного объема.

Диаграмма 37. Прогноз объема рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане, млрд. тенге

Диаграмма 38. Прогноз объема каналов сбыта пива в Казахстане, млрд. тг.

## Резюме

Агентство маркетинговых исследований DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка алкогольных напитков в Казахстане.

Рынок алкогольной продукции в Казахстане представлен четырьмя сегментами: «Пиво», «Коктейли и слабоалкогольные напитки», «Крепкие алкогольные напитки» и «Вино».

Объем рынка алкогольных напитков в Казахстане 2019 г. составил 765,4 млн.л. Пиво является самым крупным сегментом алкогольной продукции по объему продаж в натуральном выражении, в котором доминируют две многонациональные компании - Anadolu Efes и Carlsberg A/S.

Все девять лидирующих брендов на рынке алкогольной продукции принадлежат пивоваренным заводам.

Нелегальный оборот алкогольной продукции и торговые барьеры в рамках ЕАЭС, которые препятствуют экспорту алкогольной продукции Казахстана, являются главными проблемами рынка.

По подсчетам ассоциации «КазАлкоТабак», нелегально реализуется 40% водочного рынка. За последние годы в Казахстане зафиксировано снижение потребления крепких алкогольных напитков. Согласно официальной статистике причиной этого является переход населения на алкоголь с меньшим содержанием спирта. Однако, так же возможной причиной может служить уход части рынка крепкого алкоголя «в тень».

Российский рынок алкогольных напитков остается закрытым для казахстанского бизнеса. Формирование общей политики в странах ЕАЭС по вопросу оборота алкогольной продукции длится уже много лет.

Основной объем алкогольной продукции в Казахстане в 2019 г. был реализован в Off-trade каналах. Это связано с тем, что стоимость алкоголя намного выше в On-trade каналах.

## Глава 1. Методология исследования

### Объект исследования

Рынок алкогольных напитков в Казахстане.

### Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка алкогольных напитков в Казахстане.

### Задачи исследования

1. Объем и темпы роста рынка алкогольных напитков по сегментам в Казахстане.
2. Объем и темпы производства рынка алкогольных напитков по сегментам в Казахстане.
3. Каналы сбыта алкогольных напитков.
4. Рыночные доли производителей на рынке алкогольных напитков в Казахстане.
5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка алкогольных напитков в Казахстане.
6. Прогноз объема рынка алкогольных напитков до 2023 г.

### Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке алкогольных напитков и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

### Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.

3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.
18. Агентство Республики Казахстан по статистике.
19. Налоговый кодекс Республики Казахстан.

### Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

## Глава 2. Классификация алкогольных напитков

Алкогольные напитки (спиртные напитки) – жидкие пищевые продукты, содержащие не менее 1,5% этилового спирта, образующегося при сбраживании сахаров, которые извлекаются из углеводсодержащего пищевого сырья.

Таблица 1. Классификация алкогольных напитков по содержанию в них спирта и сахара

| Алкогольный напиток                 | Содержание |                              |
|-------------------------------------|------------|------------------------------|
|                                     | Спирт, в % | Содержание сахара (г/100 мл) |
| Аперитивы                           |            |                              |
| Виноградные вина                    |            |                              |
| Водка                               |            |                              |
| Коньяки                             |            |                              |
| Кремы                               |            |                              |
| Ликеры десертные                    |            |                              |
| Ликеры крепкие                      |            |                              |
| Наливки                             |            |                              |
| Напитки десертные                   |            |                              |
| Настойки горькие и бальзамы         |            |                              |
| Настойки горькие слабоградусные     |            |                              |
| Настойки полусладкие                |            |                              |
| Настойки полусладкие слабоградусные |            |                              |
| Настойки сладкие                    |            |                              |
| Плодово-ягодные вина                |            |                              |
| Пунши                               |            |                              |
| Спирт этиловый пищевой              |            |                              |

В рамках данного отчета будут рассмотрены основные сегменты рынка алкогольных напитков:

- Пиво;
- коктейли и слабоалкогольные напитки;
- крепкие алкогольные напитки;
- вино.

Водки – спиртные напитки крепостью 38-45%, 50 и 56%, полученные путем обработки водноспиртовой смеси адсорбентом с последующей фильтрацией. Для

приготовления водно-спиртовой смеси (сортировки) используется спирт-ректификат, умягченная вода, а также для многих водок – различные вкусовые и ароматические добавки. В зависимости от применяемых при изготовлении спирта и вкусоароматических добавок, водки подразделяются на водки и водки особые. Особые водки отличаются специфическим ароматом и оригинальным вкусом, которые создаются внесением таких ингредиентов, как эфирные масла, ароматные спирты и др.

Ликероводочные изделия по содержанию спирта занимают промежуточное положение между крепкоалкогольными и среднеалкогольными напитками. Они представляют собой смеси, состоящие из спирта, воды, сахарного сиропа, колера, а также в зависимости от рецептуры из спиртованных и консервированных сахаром соков, морсов, настоев, ароматных спиртов, купажных материалов (меда, эфирных масел, пищевых эссенций, вин, коньяков и др.). Классификация ликероводочных изделий осуществляется в зависимости от крепости, массовой концентрации общего экстракта и сахара. По этим классификационным признакам выделяют 15 групп ликероводочных изделий: ликеры (крепкие, десертные, эмульсионные); кремы; наливки; пунши; настойки (сладкие, полусладкие, полусладкие слабоградусные); настойки (горькие, горькие слабоградусные); напитки десертные; аперитивы; бальзамы; коктейли.

Коньяк – крепкий алкогольный напиток с характерным букетом и вкусом, приготовленный из выдержанного не менее 3 лет коньячного спирта. Коньячный спирт (62-70% об.) получают из виноградного вина (коньячного виноматериала) путем перегонки, фракционирования (молодой коньячный спирт) и выдержки (созревания) в дубовых бочках. В зависимости от продолжительности и способов выдержки коньячных спиртов коньяки подразделяют на:

- ординарные (к ним относят следующие марки: «три звездочки» – выдержка не менее 3 лет, «пять звездочек» – выдержка не менее 5 лет, коньяки специальных наименований – выдержка не менее 4 лет);
- марочные (коньячные спирты выдерживаются в дубовых бочках не менее 6 лет: KB – коньяки выдержанные (не менее 6 лет), KBVK – коньяки выдержанные высшего качества (не менее 8 лет), KC – коньяки старые (не менее 10 лет);

- коллекционные (готовые марочные коньяки выдерживаются дополнительно в дубовых бочках или бутах не менее 3 лет).

Виноградные вина – напитки, полученные в результате спиртового брожения виноградного сока (концентрата виноградного сока) или мезги (раздробленных ягод винограда). Виноградные вина классифицируют:

- в зависимости от способа производства – на натуральные (содержат этиловый спирт только эндогенного происхождения) и специальные (с добавлением этилового спирта);
- по содержанию спирта и сахара: натуральные – на сухие, сухие особые, полусухие, полусладкие; специальные – на сухие, крепкие, полудесертные, десертные и ликерные;
- по цвету – на белые, розовые и красные;
- в зависимости от качества и сроков выдержки – на молодые, без выдержки, выдержанные, марочные и коллекционные.

Фруктовые вина готовят путем спиртового брожения подсахаренного сока свежих плодов или подсахаренного сока, получаемого из предварительно подброженной плодовой мезги. Они могут быть сортавыми (из сока одного вида плодов) и купажными (из смеси соков различных плодов).

Пиво – освежающий, насыщенный двуокисью углерода, пенный напиток, получаемый в результате сбраживания пивного сусла специальными расами пивных дрожжей. Для приготовления пивного сусла используют дробленое экстрактысодержащее зерновое сырье: ячменный или пшеничный солод, ячмень, пшеницу, кукурузу и другое зерно, а также воду, сахар и хмелепродукты.

В зависимости от содержания спирта пиво бывает крепкое (8-11,5% спирта по объему), слабоалкогольное (1,5-8% по объему) и безалкогольное (не более 0,5% по объему). В зависимости от цвета различают типы пива: светлое (с цветом 0,4-2,5 ц. ед.), полутемное (с цветом 2,5-4,0 ц.ед.) и темное (с цветом 4,0-8,0 ц. ед.). Светлое и темное пиво делятся на группы в зависимости от массовой доли сухих веществ в начальном сусле: светлое – на 11 групп, темное – на 9 групп. По способу обработки пиво подразделяют на пастеризованное (с повышенной биологической стойкостью за счет тепловой обработки)

и непастеризованное. Различают также оригинальное пиво – светлое пиво с увеличенным сроком дображивания и повышенной нормой внесения хмеля и специальное пиво – пиво, приготовленное с применением вкусовых и ароматических добавок.

Слабоалкогольные напитки – алкогольные напитки с массовой долей этилового спирта 1,5-9%. К слабоалкогольным напиткам относят слабоалкогольное пиво, слабоалкогольные солодовые напитки и напитки на зерновом сырье и др.

### Глава 3. Объем и темпы роста рынка алкогольных напитков в Казахстане

Оборот алкогольной продукции в Казахстане регламентируется законом «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции». В 2014 году в него был внесен ряд изменений. Основные положения закона:

- запрет на розничную продажу алкогольных напитков людям в возрасте до 21 года;
- запрет на розничную продажу алкогольных напитков с ABV выше 30%, за исключением ресторанов, баров и кафе, с 21:00 до 12:00 следующего дня, при этом продажа напитков менее 30% ABV разрешена с 08:00 до 23:00;
- запрет на розничную продажу алкогольных напитков на территории и в зданиях детских учреждений, организаций образования и здравоохранения, оздоровительных и фитнес, спортивных, спортивно-технических объектов, стадионов и автозаправочных станций;
- запрет на продажу алкогольных напитков через интернет-магазины с применением штрафов и конфискации товаров;
- с 1 января 2016 года запрет на производство алкогольных напитков без технических производственных линий, оснащенных контрольно-измерительными приборами.

С 2004 года реклама алкогольных напитков запрещена в Казахстане. С 2014 года вступил в силу закон, запрещающий рекламу безалкогольных напитков того же бренда, что и алкогольные напитки. В Казахстане запрещается рекламировать товары и услуги с элементами товарного знака или торговой марки алкогольных напитков и табачных изделий, за исключением случаев, когда это касается географических или торговых названий.

.....

## Объем и темпы роста рынка

### В натуральном выражении

Объем рынка алкогольной продукции в 2017 г. составил ..... млн.л. В 2018 г. темп прироста был равен ..... %. В 2019 г. объем рынка алкогольной продукции ..... на ..... млн.л. и составил ..... млн.л. Темп прироста в 2019 г. был равен ..... %.

На протяжении анализируемого периода самыми «тяжелым» годами для отрасли были ..... гг. В эти годы темп прироста рынка был ..... Этот показатель в ..... г. составил ..... %, ..... г. был равен ..... %. Это связано в первую очередь с финансовым кризисом.

Рынок алкогольной продукции в Казахстане представлен четырьмя сегментами: «Пиво», «Коктейли и слабоалкогольные напитки», «Крепкие алкогольные напитки» и «Вино».

Крупнейшим сегментом рынка алкогольных напитков является ..... Объем которого в 2018 году составил ..... млн.л. В 2019 г. объем ..... на ..... млн.л. и достиг значения ..... млн.л. Доля этого сегмента в 2019 г. составила ..... % от натурального объема рынка.

Второе место занимает .....

Объем рынка крепких алкогольных напитков в 2019 г. .... на ..... млн. литров...

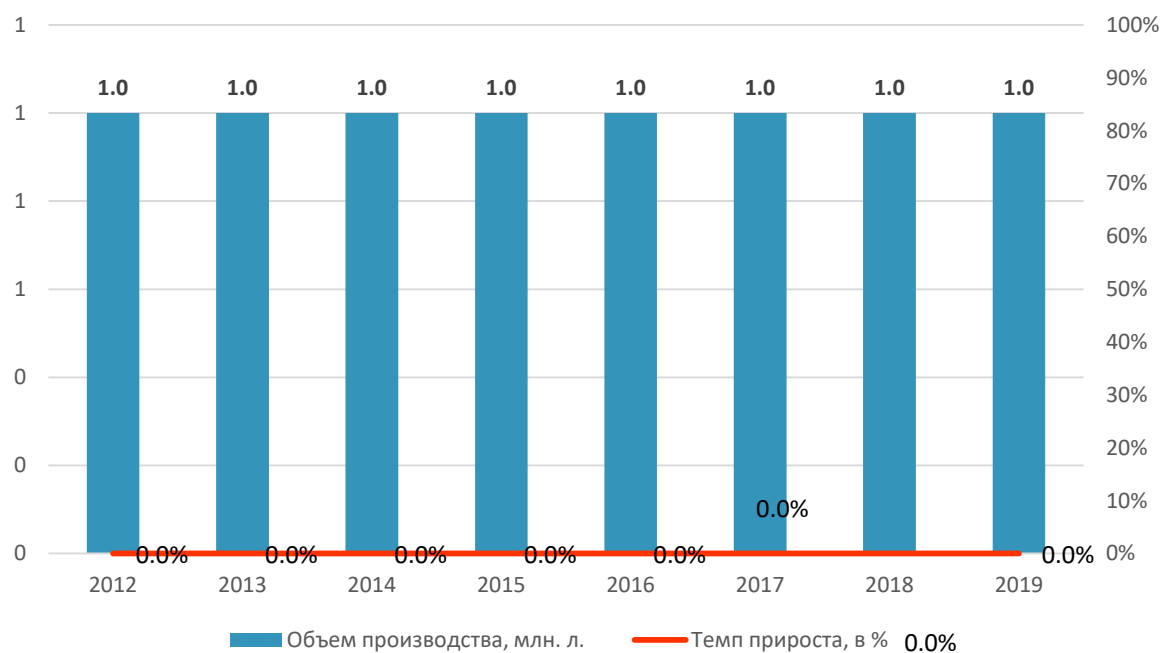
Наименьший объем рынка алкогольной продукции занимает сегмент «Коктейли и слабоалкогольные напитки», с 2018 года ..... на ..... млн.л. и составил ..... млн.л. в 2019 г. Доля этого сегмента составляет ..... % от общего объема рынка в натуральном выражении.

**Таблица 2. Объем рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане в 2012-2019 г., млн.л.**

| Сегмент                             | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Пиво                                |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Коктейли и слабоалкогольные напитки |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Крепкие алкогольные напитки         |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Вино                                |      |      |      |      |      |      |      |      |
| <b>Итого:</b>                       |      |      |      |      |      |      |      |      |

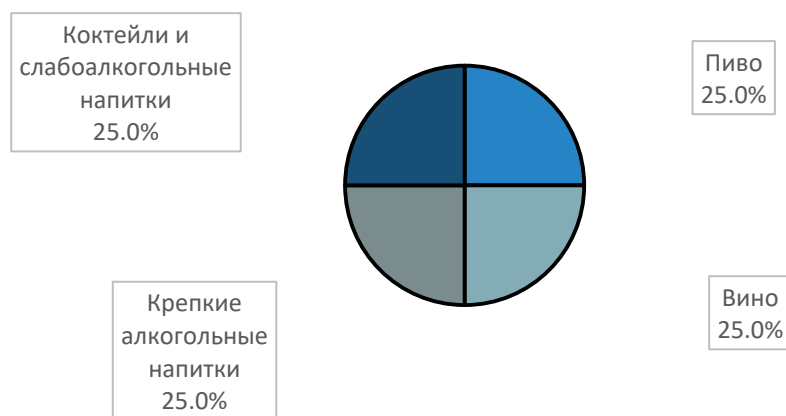
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 1. Объем и темп прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане в 2012-2019 гг., млн.л., %.



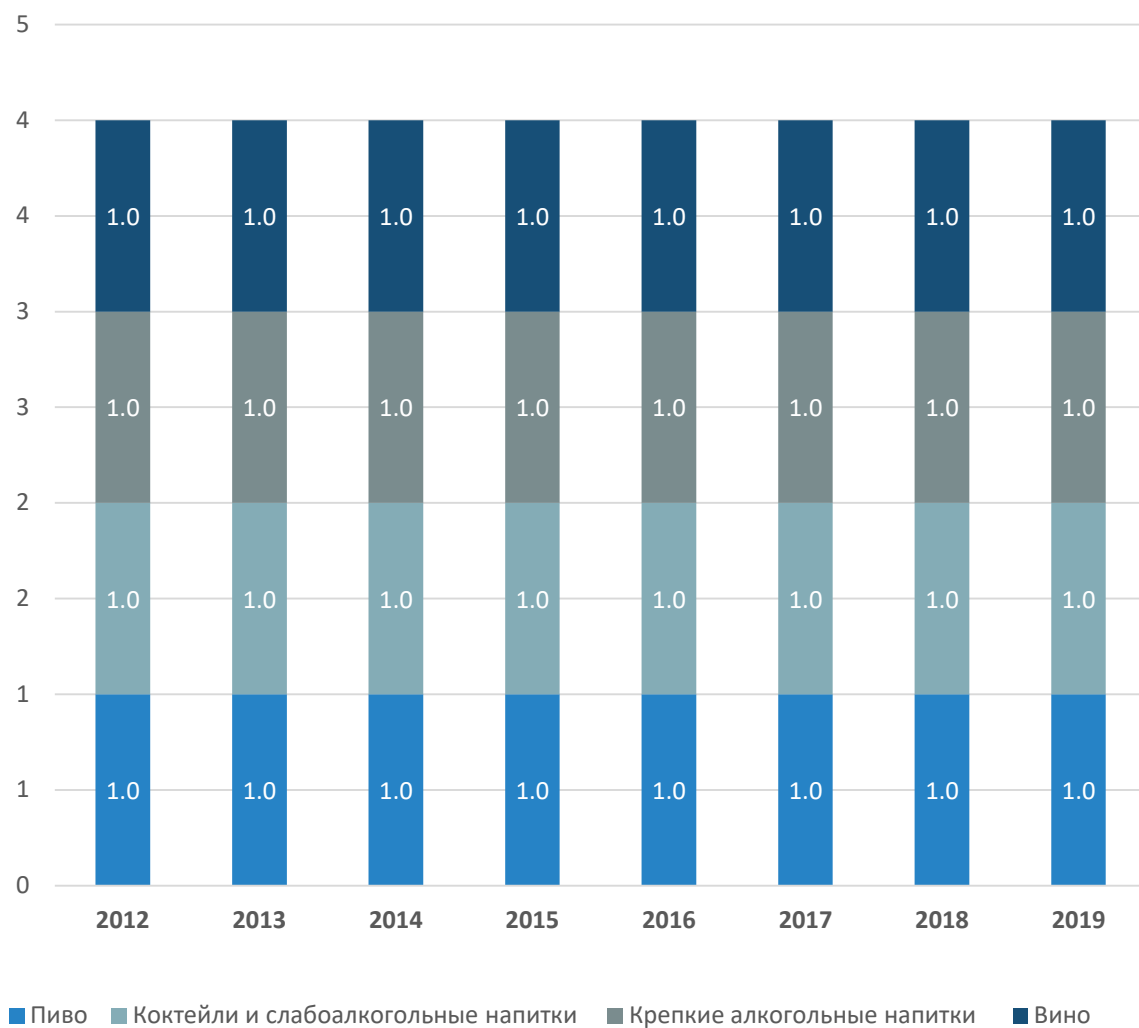
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 2. Доли сегментов алкогольных напитков в объеме рынка в Казахстане в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 3. Объемы рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане в 2012-2019 гг., млн.л.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Самый высокий темп прироста в натуральном выражении в 2019 г. наблюдался в сегменте «.....». Значение этого показателя в 2019 г. составило .....%.

С 2015 года динамика сегмента «.....» положительна. Однако, в 2019 г. она ..... . Темп прироста сегмента составил .....%.

Коктейли и слабоалкогольные .....

Объем сегмента «Крепкие алкогольные напитки» значительно ..... На протяжении всего анализируемого периода наблюдалась ..... динамика. ....

Среднегодовой темп прироста рынка составляет .....% в натуральном выражении.

**Таблица 3. Темпов прироста объема рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане в 2012-2019 гг. в натуральном выражении, %.**

| Сегмент                             | 2013/20<br>12 | 2014/20<br>13 | 2015/20<br>14 | 2016/20<br>15 | 2017/20<br>16 | 2018/20<br>17 | 2019/20<br>18 |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Пиво                                |               |               |               |               |               |               |               |
| Коктейли и слабоалкогольные напитки |               |               |               |               |               |               |               |
| Крепкие алкогольные напитки         |               |               |               |               |               |               |               |
| Вино                                |               |               |               |               |               |               |               |
| <b>Итого:</b>                       |               |               |               |               |               |               |               |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

### **В стоимостном выражении**

.....

## Фальсификация алкогольной продукции в Казахстане

Одной из актуальных проблем казахстанского рынка является фальсификация продуктов питания, в том числе алкогольной продукции, реализуемых населению через торговую сеть. В свою очередь преступления, совершаемые в сфере незаконного оборота алкогольной продукции, приносят вред не только экономике, но и представляют угрозу здоровью и жизни человека. За период 2013-2018 гг. преступления, совершенные лицами в состоянии алкогольного опьянения, увеличились в два с лишним раза.

Данные Ассоциации «КазАлкоТабак» еще более угрожающие: по подсчетам экспертов ассоциации, нелегально реализуется ..... % водочного рынка. В исследовательском центре TALAP подсчитали, что ..... % нелегальной водки продается в сельской местности, ..... % – в городах. Причем часть нелегальной водки – это суррогаты, которые опасны для жизни и здоровья людей.

Теневой оборот алкогольной продукции, которую часто завозят из соседних стран, остается неучтенным официальной статистикой.

Аналитики отмечают, что с "серым" алкоголем ведется активная борьба, эффективность которой, впрочем, пока неясна: нельзя наверняка утверждать, что рынок нелегального и небезопасного алкоголя сокращается.

К примеру, .....

## Торговые барьеры в страны ЕАЭС

Казахстанские производители алкогольной продукции в качестве основного направления экспорта рассматривают в основном ближнее зарубежье. Наиболее перспективным направлением является Россия.

Другие направления малоперспективны. В Армению нет смысла везти: далеко, насыщенность и закрытость рынка. В Азербайджан была попытка поставлять водочную продукцию, но развития не получилось, там рынок другой. Были попытки поставлять алкоголь в курортные зоны Турции, но пока заметного и налаженного коридора экспорта нет. В 2018 году небольшая партия была поставлена в Америку. С Вьетнамом уже третий год проблемы, производители никак не могут получить лицензию. Был неудачный опыт с

Индией. Китай – вообще не вариант. Когда КНР вступала во Всемирную торговую организацию, то защитила свой рынок на 15 лет вперед высокими пошлинами.

Их выше сказанного следует, что для Казахстана остается только российский рынок, но его не хотят открывать, хотя при этом российские производители свободно завозят в Казахстан свою продукцию. В РФ рынок в ..... раз больше казахстанского. Если получится зайти на российский рынок, казахстанские производители смогут увеличить объем производства в ..... раза.

Рынок алкогольных напитков остается закрытым для казахстанского бизнеса. Формирование общей политики в странах ЕАЭС по вопросу оборота алкогольной продукции длится уже много лет.

Президент ассоциации "Казалко" Амиржан Калиев неоднократно заявлял, что после создания Таможенного союза производители Казахстана никак не могут наладить экспорт из-за различных административных барьеров. Он заявил, что отечественная продукция востребована и очень конкурентоспособна в России и Беларуси.

.....

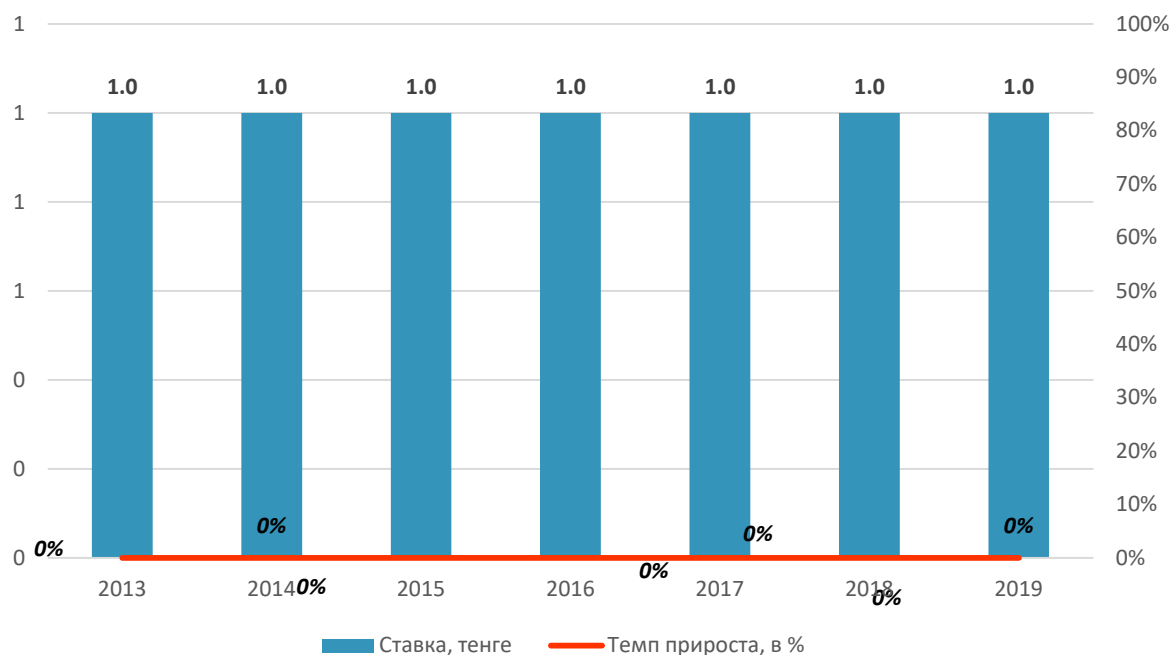
Ежегодное повышение ставок акциза на протяжении анализируемого периода имело ..... Пики повышения данного показателя были в 2014 г., 2015 г., и 2017 г. Темп прироста составил ..... %, ..... % и ..... % соответственно. С 2013 г. ставка акциза ..... в ..... раз. В 2019 г. данный показатель был равен ..... тенге (..... %).

Таблица 4. Ставка акциза за 1 литр 100% спирта в Казахстане в 2013-2019 гг., тенге

| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------|------|------|------|------|------|------|
|      |      |      |      |      |      |      |

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 4. Ставки и темп прироста акцизов на 100% спирта в Казахстане в 2013-2019 гг., тенге



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Министр Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) по экономике и финансовой политике Тимур Жаксылыков в 2019 г. заявил, что соглашение о регулировании алкогольного рынка в ЕАЭС планируется принять в ближайшее время. По его словам, в настоящее время проводится работа по формированию общего алкогольного рынка и, в связи с этим разработан проект соглашения о регулировании. Кроме того, он отметил, что ранее были урегулированы разногласия в части гармонизации ставок акцизов на алкогольную и табачную продукцию.

### Экспорт в Россию

Объем экспорта алкогольных напитков из Казахстана в Россию в 2017 г. составил ..... тыс.л. Темп прироста в 2018 г. был равен ..... %. В 2019 г. объем экспорта составил ..... тыс.л. Темп прироста в 2019 г. составил ..... %.

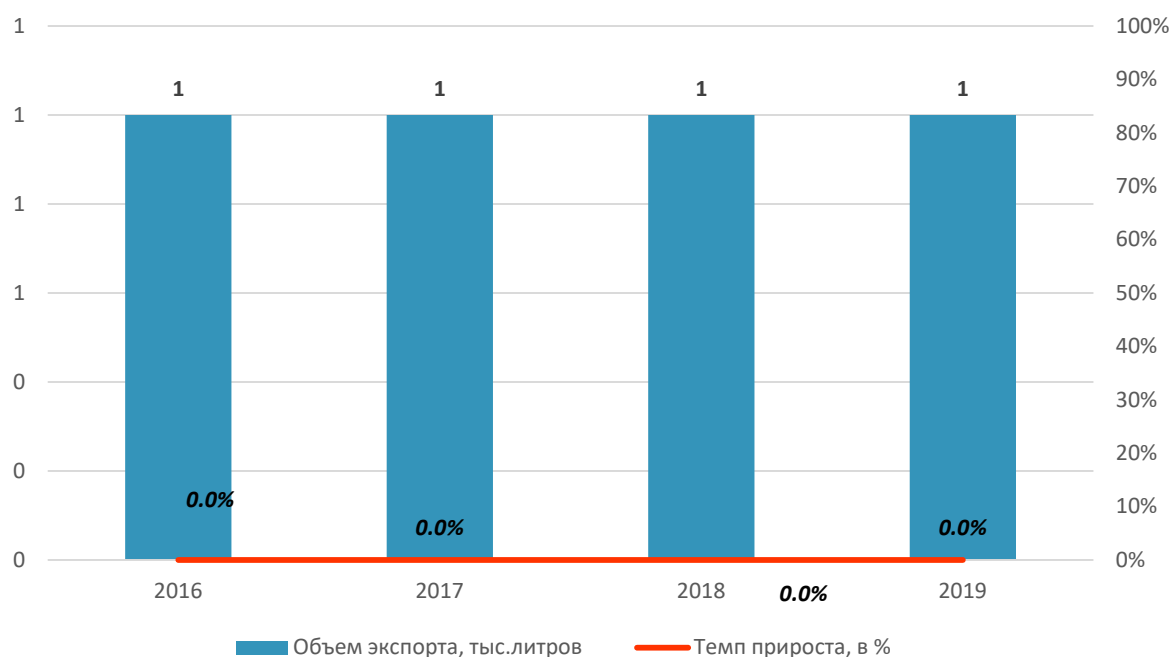
Крупнейшим сегментом в объеме экспорта на протяжении всего анализируемого периода было ..... Его доля в 2019 г. составила более ..... % в натуральном выражении.

Таблица 5. Объем экспорта алкогольных напитков по сегментам из Казахстана в Россию в 2016-2019 гг., тыс. литров

| Сегмент                             | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------------------------|------|------|------|------|
| Вино                                |      |      |      |      |
| Пиво                                |      |      |      |      |
| Коктейли и слабоалкогольные напитки |      |      |      |      |
| Крепкие алкогольные напитки         |      |      |      |      |
| <b>Итого:</b>                       |      |      |      |      |

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 5. Объем и темп прироста экспорта алкогольных напитков из Казахстана в Россию в 2016-2019 гг., тыс. литров



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Объем экспорта алкогольных напитков из Казахстана в Россию в 2017 г. составил \$ ..... тыс. Темп прироста в 2018 г. был равен ..... %. В 2019 г. объем экспорта составил \$ ..... тыс. Темп прироста в 2019 г. составил ..... %.

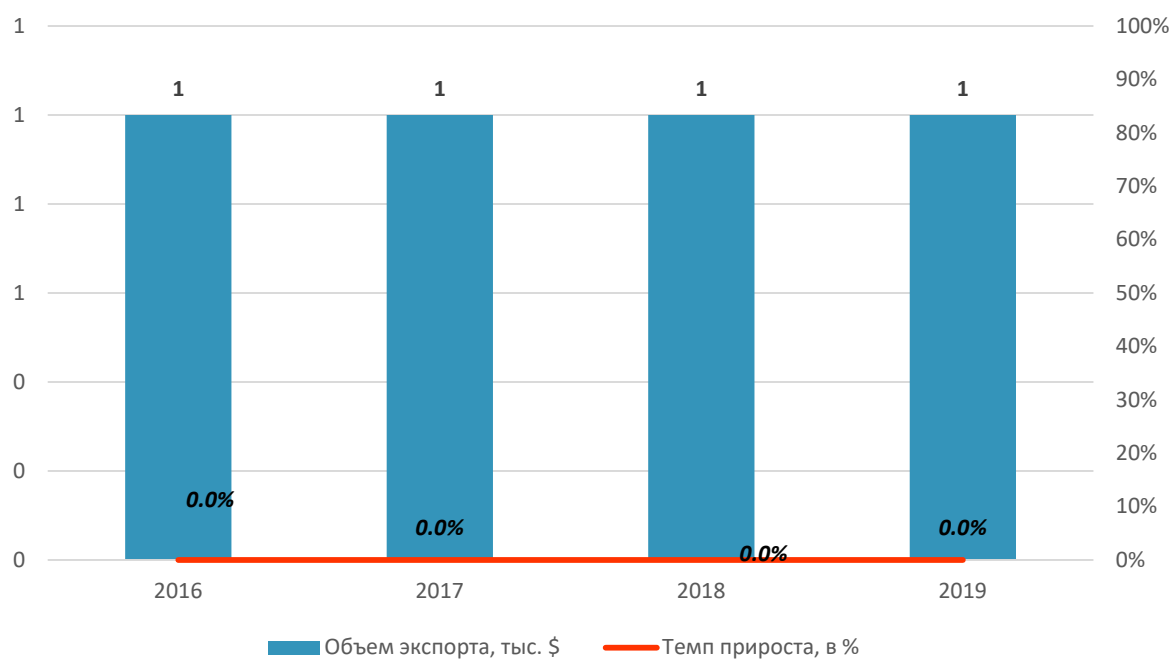
Крупнейшим сегментом в объеме экспорта на протяжении всего анализируемого периода было ..... Его доля в 2019 г. составила более ..... % в стоимостном выражении.

Таблица 6. Объем экспорта алкогольных напитков по сегментам из Казахстана в Россию в 2016-2019 гг., тыс. \$.

| Сегмент                             | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------------------------|------|------|------|------|
| Вино                                |      |      |      |      |
| Пиво                                |      |      |      |      |
| Коктейли и слабоалкогольные напитки |      |      |      |      |
| Крепкие алкогольные напитки         |      |      |      |      |
| <b>Итого:</b>                       |      |      |      |      |

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 6. Объем и темп прироста экспорта алкогольных напитков из Казахстана в Россия в 2016-2019 гг., тыс. литров



Источник: расчеты Discovery Research Group.

## Уровень цен на рынке алкогольной продукции

Цена регулируется государством в основном налогом на алкоголь. Это действенный и необходимый инструмент в политике государства по отношению к алкогольному рынку. При этом он служит и основным рычагом негласного общественного договора: человек, потребляющий алкоголь, приобретая подакцизный товар, тем самым соглашается на дополнительную «социальную ренту» обществу. Поступающие в госбюджет сборы от акциза идут на решение социальных задач. В том числе и вызванных вредом от алкоголя.

Государство же должно взамен, как минимум, гарантировать безопасность и качество потребляемого напитка. Очень важно: ставка налога должна ограничивать потребление, при этом не уводя его в «тень». Потребитель, вне зависимости от своего дохода, должен иметь доступ к безопасному и качественному алкоголю. Даже если пагубное пристрастие к алкоголю – болезнь, привычка или страсть отдельного взятого индивидуума, то контроль и ответственность за соответствие алкогольной продукции действующим в стране стандартам – государственные.

В 2017 г. алкогольная продукция продолжила дорожать. Так, цена на водку ..... на ..... % за месяц, и на ..... % за год - до ..... тг за литр в 2017. Дороже всего стоила водка в ..... - ..... тг за литр, ..... % за год.

В 2018 г. темп прироста стоимости водки также имел двухзначное значение. Темп прироста в стоимостном выражении составил ..... % (..... тг.). Как и в предыдущие периоды самая высокая цена зафиксирована в ..... – ..... тн. (..... %).

Наибольший рост зафиксирован в ..... (..... %). Стоимость 1 литра водки в этом городе в 2018 г. составила ..... тн.

**Таблица 7. Розничные цены на водку в 2016-2018 гг., тенге за литр**

| Город     | 2016 | 2017 | 2018 | 2017/2016 | 2018/2017 |
|-----------|------|------|------|-----------|-----------|
| Казахстан |      |      |      |           |           |
| Астана    |      |      |      |           |           |
| Алматы    |      |      |      |           |           |
| Актау     |      |      |      |           |           |
| Актобе    |      |      |      |           |           |
| Атырау    |      |      |      |           |           |
| Жезказган |      |      |      |           |           |
| Кокшетау  |      |      |      |           |           |

|                  |  |  |  |  |  |
|------------------|--|--|--|--|--|
| Караганда        |  |  |  |  |  |
| Костанай         |  |  |  |  |  |
| Кызылорда        |  |  |  |  |  |
| Уральск          |  |  |  |  |  |
| Усть-Каменогорск |  |  |  |  |  |
| Павлодар         |  |  |  |  |  |
| Петропавловск    |  |  |  |  |  |
| Семей            |  |  |  |  |  |
| Талдыкорган      |  |  |  |  |  |
| Тараз            |  |  |  |  |  |
| Шымкент          |  |  |  |  |  |

Источник: расчеты Discovery Research Group.

С 2017 года в Казахстане было объявлено об поэтапном повышении акцизной ставки на алкогольную продукцию: в 2017 году - ..... тыс. тенге за литр, прирост к предыдущему году - ..... %, в 2018 году - ..... тыс. тг, прирост - ..... %, и в 2019 году - ..... тыс. тг, прирост - ..... %. Гармонизация акцизов в РК с прочими странами таможенного союза в перспективе может способствовать подписанию соглашения о свободном обороте алкогольной продукции на территории ЕАЭС.

.....

### Импорт алкогольной продукции в Казахстан

В январе-октябре 2019 года поставки алкогольных напитков в натуральном выражении ..... на ..... %.

Стоимость завезенного алкоголя составила \$..... млн, что на ..... % ..... аналогичной суммы за 10 месяцев 2018 года.

Наибольший объем пришелся на импорт из ..... и ..... . Эти страны привезли ..... млн литров (на \$..... млн) и ..... млн литров (на \$..... млн) алкогольных напитков.

Тогда как ..... продала ..... млн литров (на \$..... млн), а Украина – ..... тыс. литров (на \$..... млн).

Поставки из Великобритании составили ..... тыс. литров, однако обошлись они Казахстану в \$..... млн. Ирландия импортировала ..... тыс. литров на \$..... млн,

Армения – ..... тыс. литров на \$. ..... млн, Швеция – ..... тыс. литров на \$. ..... млн, а Франция – ..... тыс. литров на \$. ..... млн.

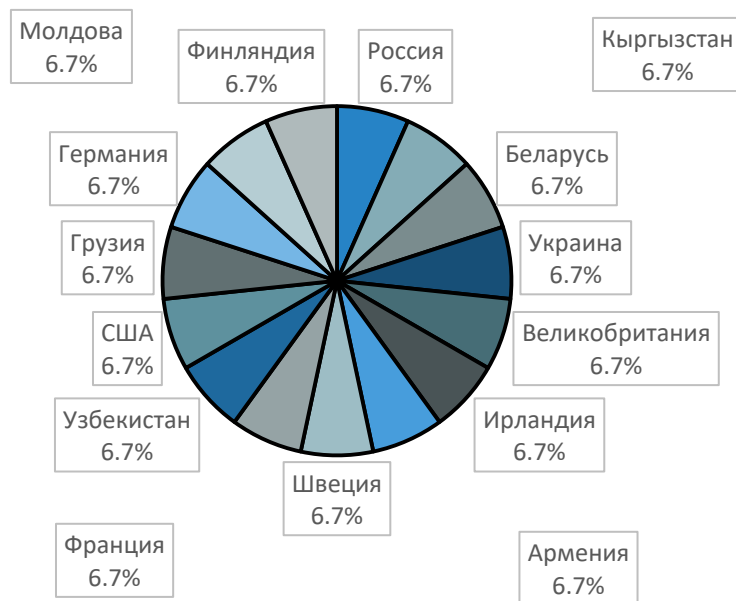
**Таблица 8. Объем импорта алкогольных напитков в Казахстан в янв.-окт. 2019 г., млн. \$ и тыс. л.**

| Страна         | млн. \$ | тыс. л |
|----------------|---------|--------|
| Армения        |         |        |
| Беларусь       |         |        |
| Великобритания |         |        |
| Германия       |         |        |
| Грузия         |         |        |
| Ирландия       |         |        |
| Кыргызстан     |         |        |
| Молдова        |         |        |
| Россия         |         |        |
| США            |         |        |
| Узбекистан     |         |        |
| Украина        |         |        |
| Финляндия      |         |        |
| Франция        |         |        |
| Швеция         |         |        |

Источник: Комитет по статистике.

Наибольшую долю импорта алкогольных напитков в натуральном выражении за 10 месяцев 2019 г. заняла ..... . Ее доля составила ..... % от натурального объема. На втором месте ..... с ..... %. Также в тройку лидеров входит ..... с ..... % от общего объема импорта алкогольной продукции.

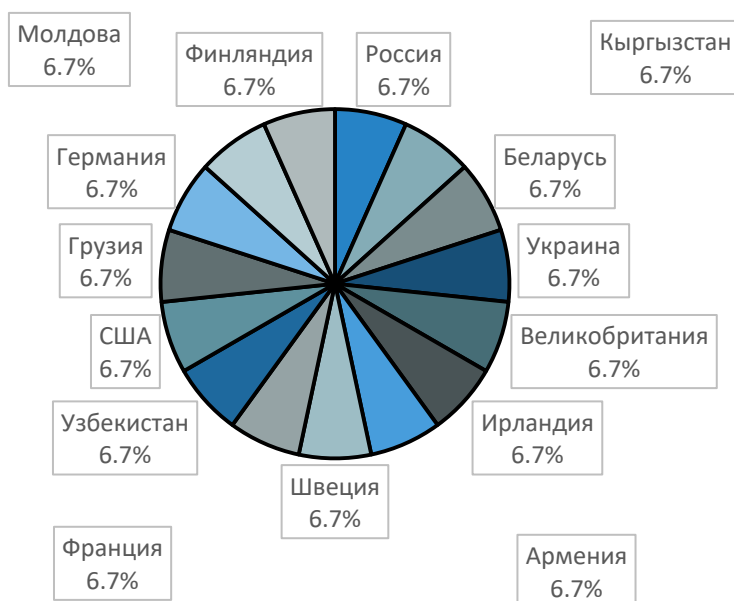
Диаграмма 7. Доли стран в объеме импорта в янв.-окт. 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю импорта алкогольных напитков в стоимостном выражении за 10 месяцев 2019 г. заняла ..... Ее доля составила ..... % от стоимостного объема. На втором месте ..... с ..... %. Также в тройку лидеров входит ..... с ..... % от общего объема импорта алкогольной продукции.

Диаграмма 8. Доли стран в объеме импорта в янв.-окт. 2019 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

### Импорт из России

Объем импорта алкогольных напитков в Казахстан из России в 2017 г. составил ..... тыс.л. Темп прироста в 2018 г. был равен ..... %. В 2019 г. объем импорта составил ..... тыс.л. Темп прироста в 2019 г. составил ..... %.

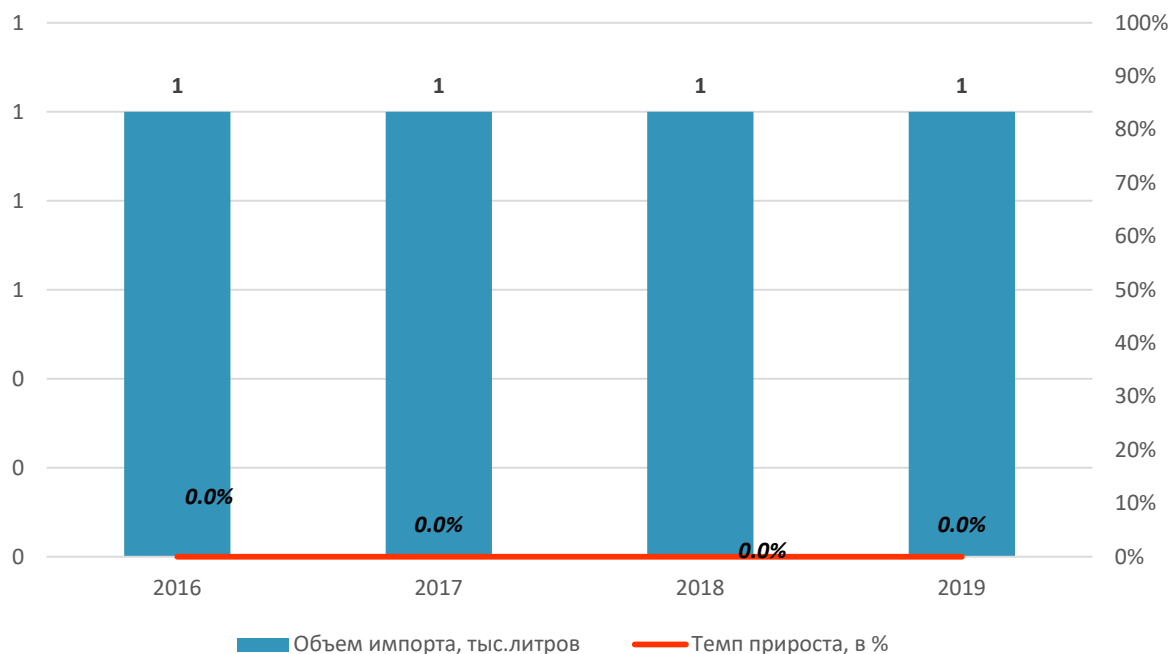
Крупнейшим сегментом в объеме импорта на протяжении всего анализируемого периода было ..... Его доля в 2019 г. составила более ..... % в натуральном выражении.

**Таблица 9. Объем импорта алкогольных напитков по сегментам в Казахстан из России в 2016-2019 гг., тыс. литров**

| Сегмент                             | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------------------------|------|------|------|------|
| Вино                                |      |      |      |      |
| Пиво                                |      |      |      |      |
| Коктейли и слабоалкогольные напитки |      |      |      |      |
| Крепкие алкогольные напитки         |      |      |      |      |
| <b>Итого:</b>                       |      |      |      |      |

Источник: расчеты Discovery Research Group.

**Диаграмма 9. Объем и темп прироста импорта алкогольных напитков в Казахстан из России в 2016-2019 гг., тыс. литров**



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Объем импорта алкогольных напитков в Казахстан из России в 2017 г. составил \$ ..... тыс. Темп прироста в 2018 г. был равен ..... %. В 2019 г. объем импорта составил \$ ..... тыс. Темп прироста в 2019 г. составил ..... %.

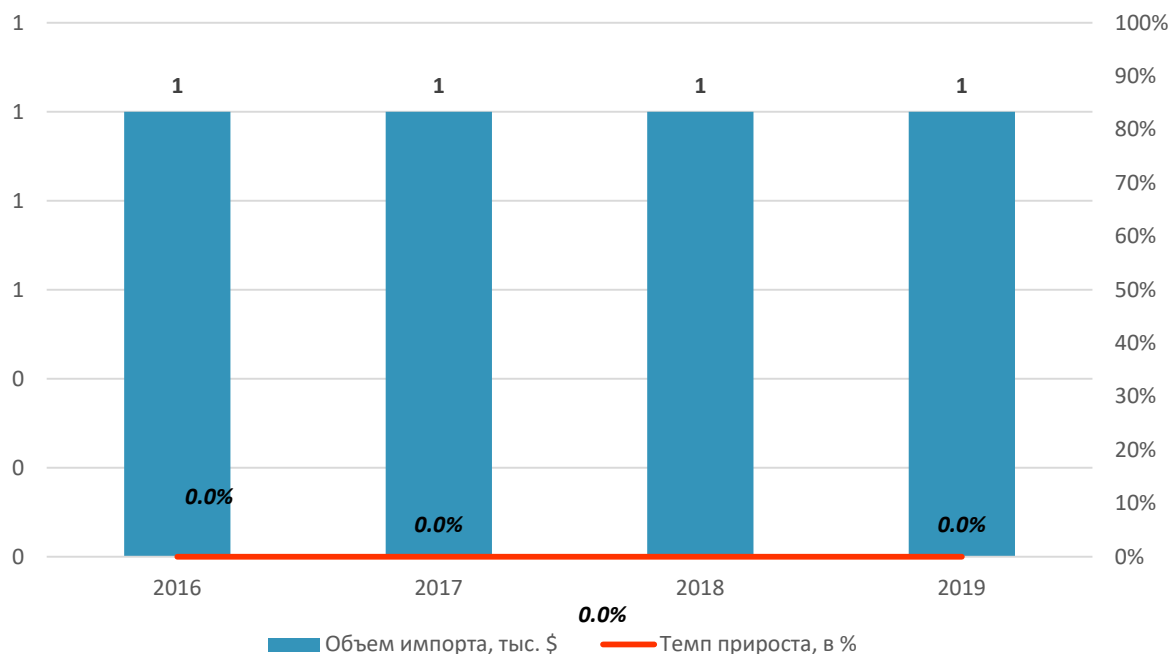
Крупнейшим сегментом в объеме импорта на протяжении всего анализируемого периода было ..... Его доля в 2019 г. составила более ..... % в стоимостном выражении.

Таблица 10. Объем импорта алкогольных напитков по сегментам в Казахстан из России в 2016-2019 гг., тыс. \$.

| Сегмент                             | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------------------------|------|------|------|------|
| Вино                                |      |      |      |      |
| Пиво                                |      |      |      |      |
| Коктейли и слабоалкогольные напитки |      |      |      |      |
| Крепкие алкогольные напитки         |      |      |      |      |
| <b>Итого:</b>                       |      |      |      |      |

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 10. Объем и темп прироста импорта алкогольных напитков в Казахстан из России в 2016-2019 гг., тыс. литров



Источник: расчеты Discovery Research Group.

## Глава 4. Конкурентный анализ рынка алкогольной продукции в Казахстане

### Рыночные доли компаний

На рынке алкогольной продукции в Казахстане наблюдается сильная конкуренция среди большого количества местных и зарубежных производителей. Казахстанцы все больше переключаются на легкие алкогольные напитки: пиво и вино. Из 9 крупнейших производителей рынка только ..... изготавливает крепкие алкогольные напитки.

По итогу 2018 г. на долю ТОП-3 производителей алкогольной продукции в Казахстане пришлось ..... % от общего объема рынка в натуральном выражении. Наибольшую долю рынка алкогольной продукции в натуральном выражении в 2018 г. занял производитель ..... Его доля составила ..... % от натурального объема. На втором месте ..... с ..... %. Также в тройку лидеров входит ..... с долей в ..... % от натурального объема рынка. Международные игроки, такие как ..... и ....., выигрывают благодаря широкому ассортименту продуктов и сильным маркетинговым кампаниям.

Efes Kazakhstan AO IP и Arasan Firma TOO ..... свои результаты по сравнению с 2017 г.: ..... % у Efes Kazakhstan AO IP и ..... % у Arasan Firma TOO, а производитель Carlsberg Kazakhstan TOO ..... %.

.....

**Таблица 11. Доли продаж алкогольной продукции по производителям в Казахстане в 2018 г., %.**

| Производитель  | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| ТОП 3 компании |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Прочие         |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

**Таблица 12. Объем продаж алкогольной продукции по производителям в Казахстане в 2018 г., млн.л.**

| Производитель            | 2018 |
|--------------------------|------|
| Efes Kazakhstan AO IP    |      |
| Carlsberg Kazakhstan TOO |      |
| Arasan Firma TOO         |      |
| Perviy Pivzavod TOO      |      |
|                          |      |
|                          |      |
|                          |      |
|                          |      |
|                          |      |
| <b>Итого:</b>            |      |

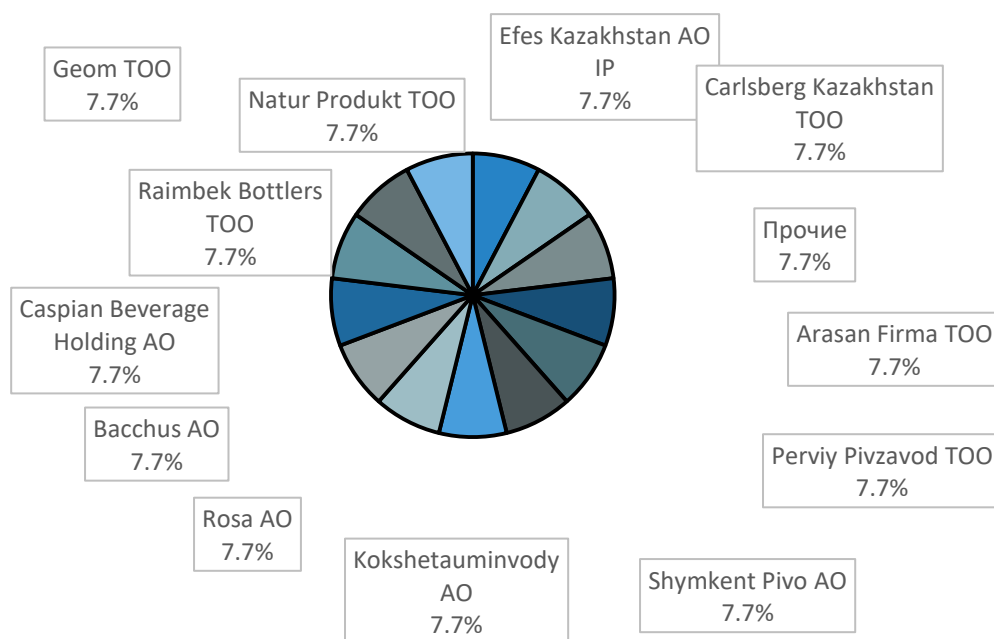
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Таблица 13. Доли производителей в объеме рынка алкогольной продукции в Казахстане в 2009-2018 гг., % от натурального объема рынка.

| Производитель            | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Efes Kazakhstan AO IP    |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Carlsberg Kazakhstan TOO |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Arasan Firma TOO         |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Perviy Pivzavod TOO      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Shymkent Pivo AO         |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Kokshetauminvody AO      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|                          |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|                          |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|                          |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|                          |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Итого:                   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 11. Доли производителей в объеме рынка алкогольной продукции в Казахстане в 2018 г., % от натурального объема рынка.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

## Рыночные доли брендов

.....

## Глава 5. Объем и темпы роста производства алкогольных напитков в Казахстане

Рынок водки и ликёроводочных изделий обеспечивается отечественным производством в целом неплохо. Около ..... % спроса на крепкие алкогольные напитки закрывается отечественными производителями.

В секторе вин импорт играет более заметную роль — здесь местные виноделы перекрыли ..... % рынка.

Что касается ....., этот рынок практически полностью принадлежит отечественным компаниям: ..... % спроса перекрыто казахстанскими производителями.

За прошедший год алкогольные напитки заметно ..... в цене: ..... %. Сильнее всего ожидаемо ..... — сразу на ..... % за год. Вино ..... в цене на ..... %, пиво — на ..... %.

Объем производства алкогольных напитков в Казахстане в 2017 г. составил ..... тыс. л. Темп прироста в 2018 г. был равен ..... %. В 2019 г. объем производства составил ..... тыс.л. Темп прироста в 2019 г. был равен ..... %.

К наиболее крупному сегменту относится «.....», объем которого в 2019 году составил ..... тыс. л. Доля этого сегмента в 2019 г. составила ..... %. На протяжении всего анализируемого периода «.....» занимало лидирующую позицию в структуре производства алкогольных напитков в Казахстане.

Наименьший объем производства алкогольной продукции занимает сегмент «.....», с 2018 года увеличившийся на ..... тыс.л. и составивший ..... тыс.л. Стоит отметить, что доля этого сегмента ..... на протяжении всего анализируемого периода. В 2012 году доля сегмента «Вино» составляла ..... %, а в 2019 г. .... до ..... %. Это хорошо иллюстрирует тенденцию к переключению населения на напитки с меньшим содержанием спирта.

Сегмента «Крепкие алкогольные напитки» показал ..... динамику в 2019 г. Темп прироста этого сегмента составил ..... %. .....

Таблица 14. Объем производства алкогольных напитков в Казахстане в 2012-2019 гг., тыс. литров

| Сегмент | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Пиво    |      |      |      |      |      |      |      |      |

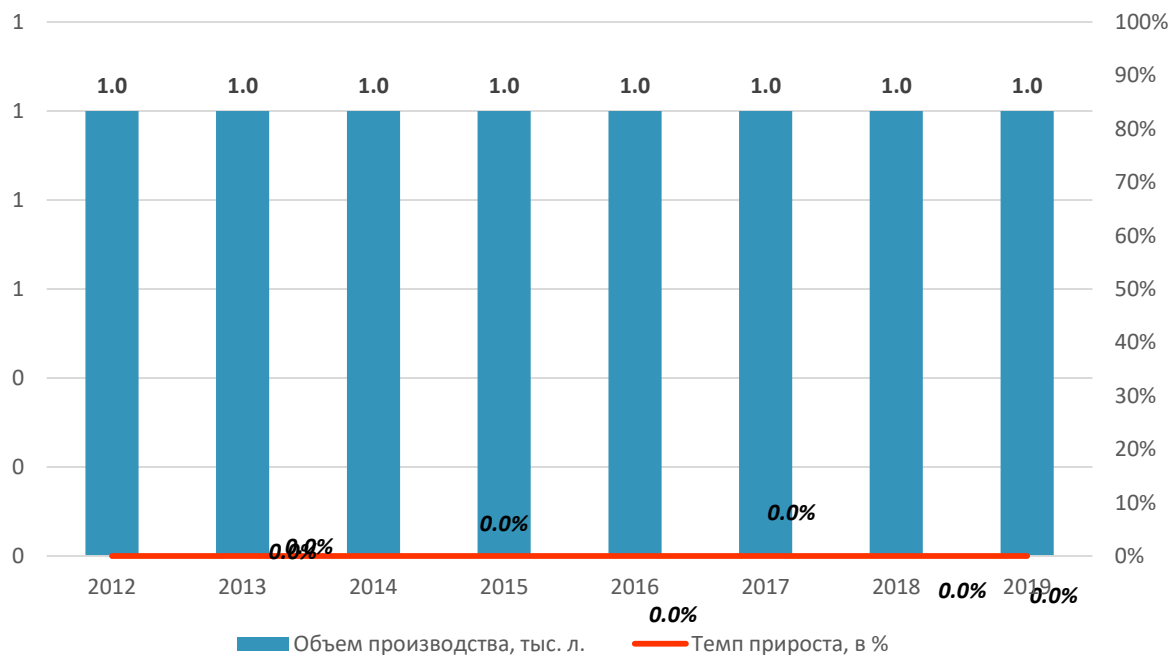
## Анализ рынка алкогольных напитков в Казахстане

|                                   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-----------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Крепкие<br>алкогольные<br>напитки |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Вино                              |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Итого:</b>                     |  |  |  |  |  |  |  |  |

Источник: КС МНЭ РК.

\*данные о производстве коктейлей и слабоалкогольных напитков отсутствуют

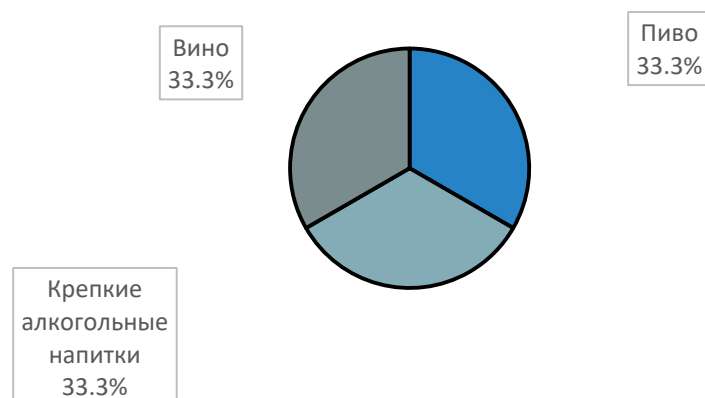
Диаграмма 12. Объем и темп прироста производства алкогольных напитков в Казахстане в 2012-2019 гг., тыс.л.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

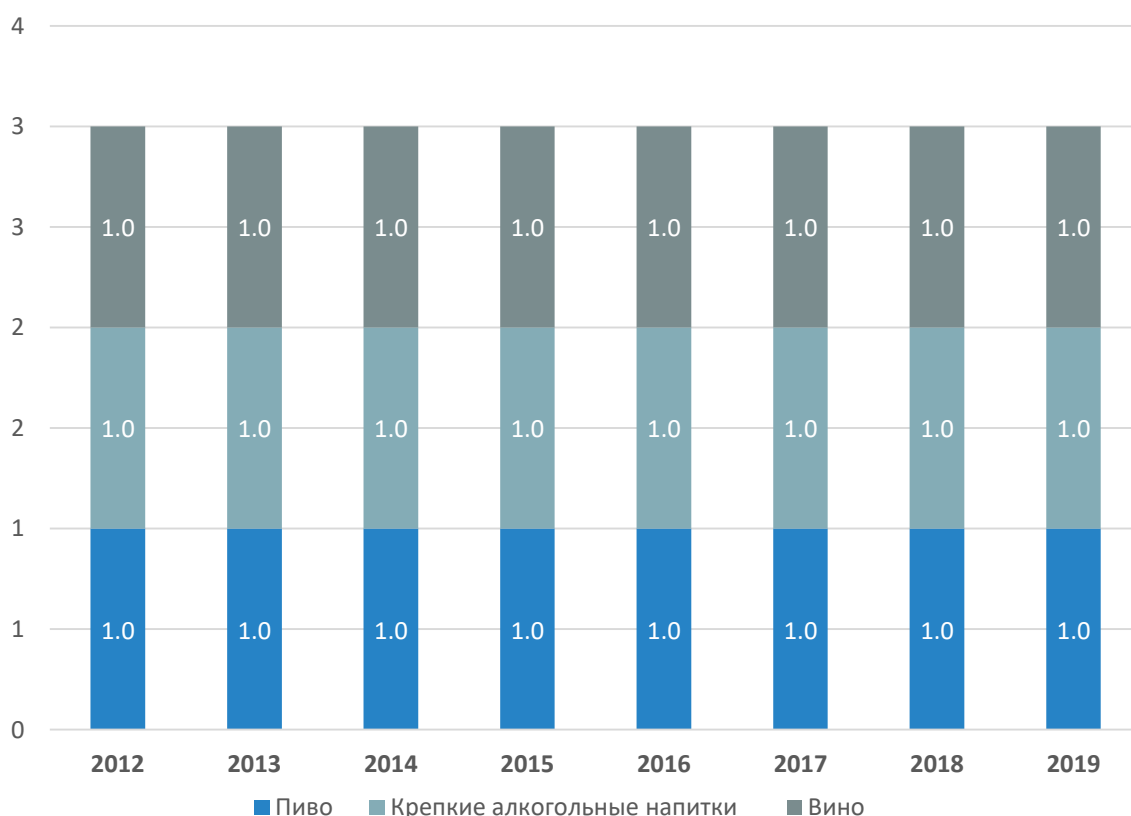
Наибольшую долю производства алкогольных напитков в натуральном выражении в 2019 г. занял сегмент «.....». Его доля составила ..... % от натурального объема. На втором месте «.....» с ..... % от общего объема производства.

Диаграмма 13. Доли сегментов алкогольных напитков в объеме производства в Казахстане в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 14. Объем сегментов алкогольной продукции в объеме производства в Казахстане в 2012-2019 гг., млн. л.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Самый высокий темп прироста в натуральном выражении в 2019 г. наблюдался в сегменте «.....». Этот показатель составил .....%.

..... темп прироста зафиксирован в сегменте «.....» (.....%).

Начиная с 2016 г. сегмент «.....» показал ..... динамику. В 2019 г. темп прироста составил .....%.

**Таблица 15. Темп прироста объема сегментов алкогольной продукции в объеме производства в Казахстане в 2012-2019 гг. в натуральном выражении, %.**

| Сегмент                     | 2013/2012 | 2014/2013 | 2015/2014 | 2016/2015 | 2017/2016 | 2018/2017 | 2019/2018 |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Пиво                        |           |           |           |           |           |           |           |
| Крепкие алкогольные напитки |           |           |           |           |           |           |           |
| Вино                        |           |           |           |           |           |           |           |
| <b>Итого:</b>               |           |           |           |           |           |           |           |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

## Производство пива

Объем производства пива в Казахстане в 2017 г. составил ..... тыс.л. Темп прироста в 2018 г. был равен .....%. В 2019 г. объем производства составил .....тыс. л. Темп прироста в 2019 г. был равен .....%.

Наиболее популярным в Казахстане является ..... пиво. Его доля в 2019 г. составила .....%. До 2019 г. объем производства ..... пива ..... Однако в 2019 г. наблюдалась ..... динамика. Темп прироста составил .....%.

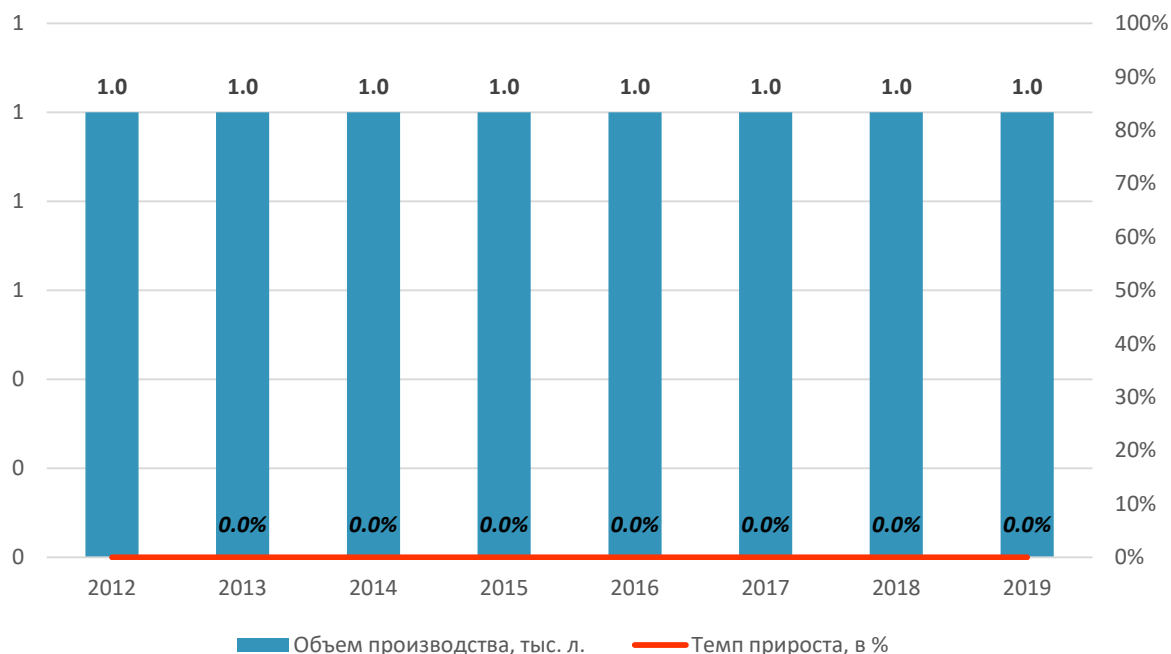
.....

Таблица 16. Объем производства пиво в Казахстане в 2012-2019 гг., тыс. литров

| Категория     | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Пиво темное   |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Пиво светлое  |      |      |      |      |      |      |      |      |
| <b>Итого:</b> |      |      |      |      |      |      |      |      |

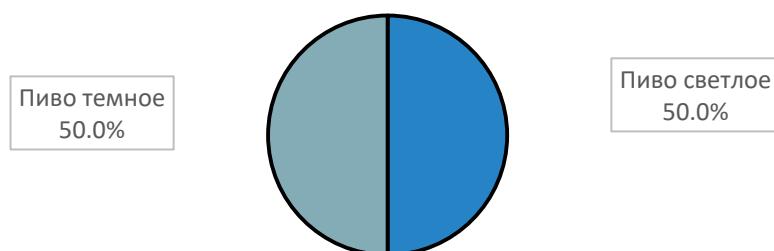
Источник: КС МНЭ РК.

Диаграмма 15. Объем и темп прироста производства пива в Казахстане в 2012-2019 гг., тыс. л.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 16. Доли категорий в объеме производства сегмента «Пиво» в Казахстане в 2019 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

#### Производство крепких алкогольных напитков

.....

#### Производство вина

.....

## Глава 6. Каналы сбыта алкогольных напитков в Казахстане

Реализация алкогольных напитков в Казахстане осуществляется через канал «.....», которая представлена розничными и специализированными магазинами. В Казахстане запрещена торговля алкоголем через ..... Соответствующий закон был принят в 2014 г. Ответственность за нарушение установлена в виде штрафа с конфискацией продукции.

Наибольшая доля продаж алкогольной продукции в стоимостном выражении, зафиксированная в 2018 году, приходится на канал «.....» (.....%). Хотя этот канал занимает лидирующую позицию, он .....% с 2013 г.

.....

**Таблица 17. Дистрибуция алкогольных напитков по формату торговли в Казахстане в 2013 г., 2018 г. в стоимостном выражении, %.**

| Канал сбыта                                     | 2013 | 2018 |
|-------------------------------------------------|------|------|
| <b>Внутримагазинная розница</b>                 |      |      |
| - Розничные магазины                            |      |      |
| -- Современная розница                          |      |      |
| --- Гипермаркеты                                |      |      |
| --- Супермаркеты                                |      |      |
| --- Прочие розничные продавцы продуктов питания |      |      |
| -- Традиционная розница                         |      |      |
| --- Индивидуальные предприниматели              |      |      |
| - Специализированные магазины                   |      |      |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Основной объем алкогольной продукции в Казахстане в 2019 г. был реализован в .....<sup>1</sup> каналах. Это связано с тем, что стоимость алкоголя намного выше в .....<sup>2</sup> каналах (объем продаж в On-trade каналах в натуральном выражении составил всего .....% от общего объема, а в стоимостном выражении .....%).

В течении анализируемого периода пики продаж через канал .....пришлись на .....гг. Этот показатель был равен .....% от общего объема рынка в натуральном выражении. В стоимостном выражении ..... г. был самым результативным для канала ..... Доля канала в ..... г. составила .....% от общего объема рынка.

<sup>1</sup> Off-trade - торговые точки, в которых не происходит непосредственного потребления товара (сетевая организованная розница, оптовые торговые точки, магазины, киоски).

<sup>2</sup> On-trade - торговые точки, где происходит непосредственное употребление товара (кафе, бары, рестораны, отели, дискотеки, казино).

**Таблица 18. Структура каналов On-trade и Off-trade в объеме рынка алкогольной продукции Казахстане в 2010-2019 гг. в натуральном выражении, %**

| Канал     | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Off-trade |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| On-trade  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

**Таблица 19. Структура каналов On-trade и Off-trade в объеме рынка алкогольной продукции Казахстане в 2013-2018 гг. в стоимостном выражении, %**

| Канал     | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Off-trade |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| On-trade  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

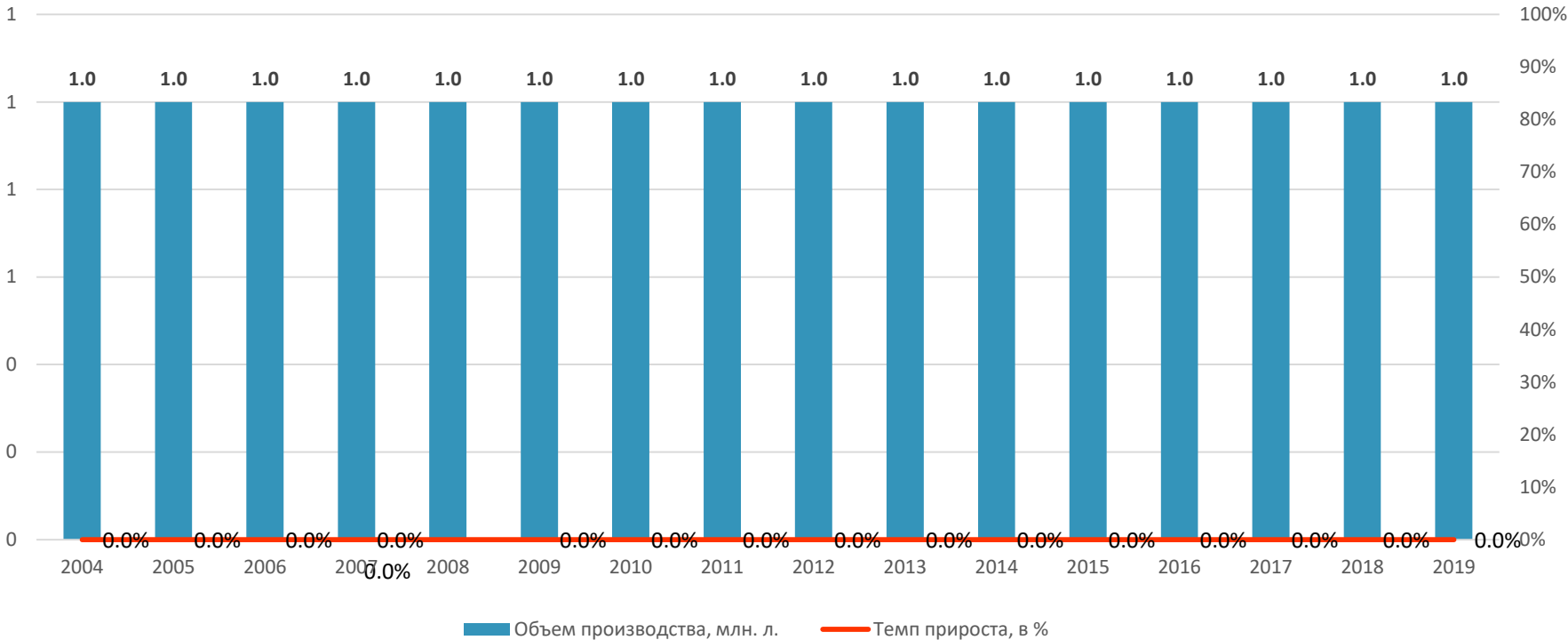
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Таблица 20. Объем рынка алкогольной продукции по каналам Off-trade и On-trade в Казахстане в 2004-2019 гг., млн.л.

| Канал     | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Off-trade |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| On-trade  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Итого:    |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

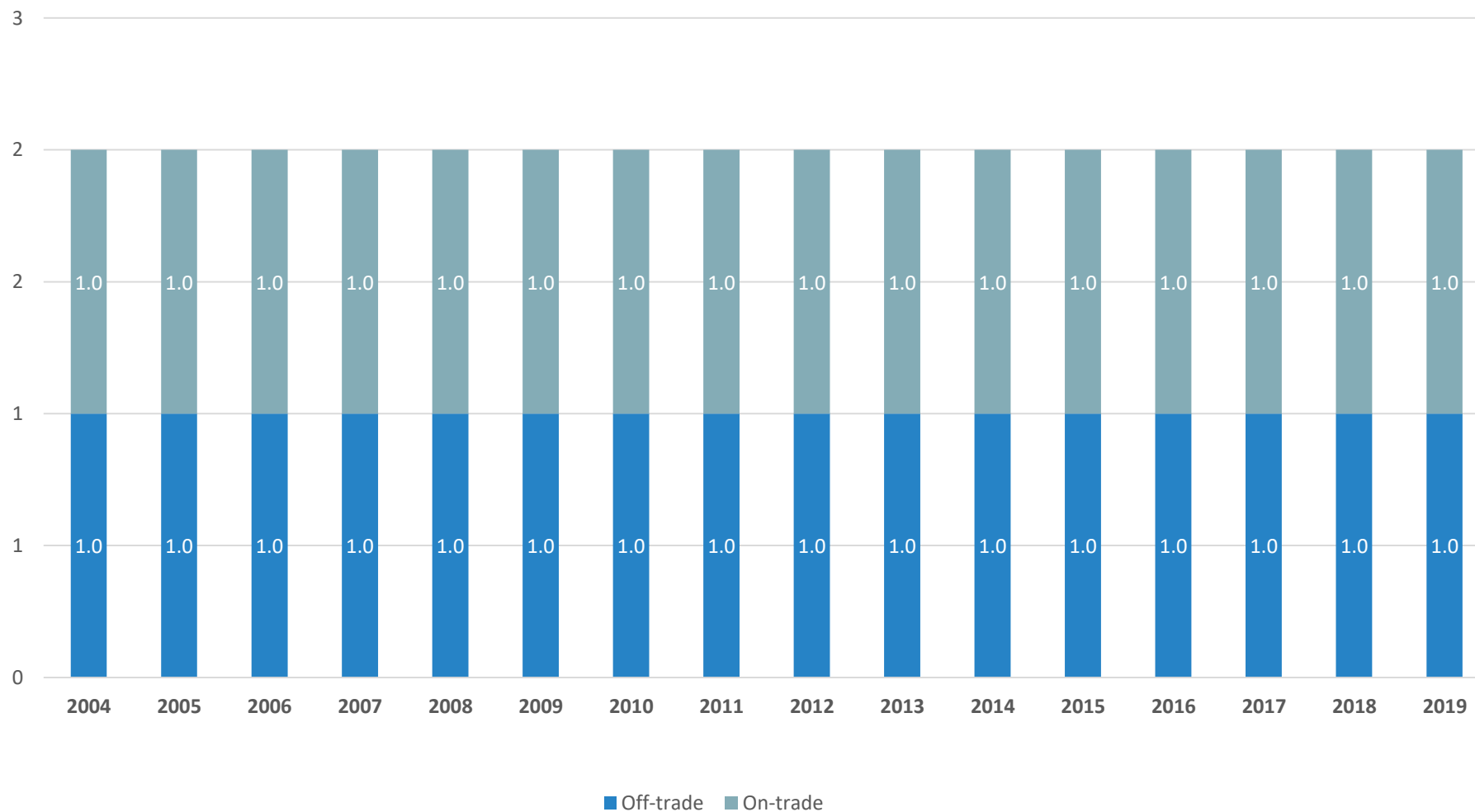
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 17. Объем и темп прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане в 2004-2019 гг., млн.л.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 18. Объем каналов сбыта алкогольной продукции в Казахстане в 2004-2019 гг., млн. л.



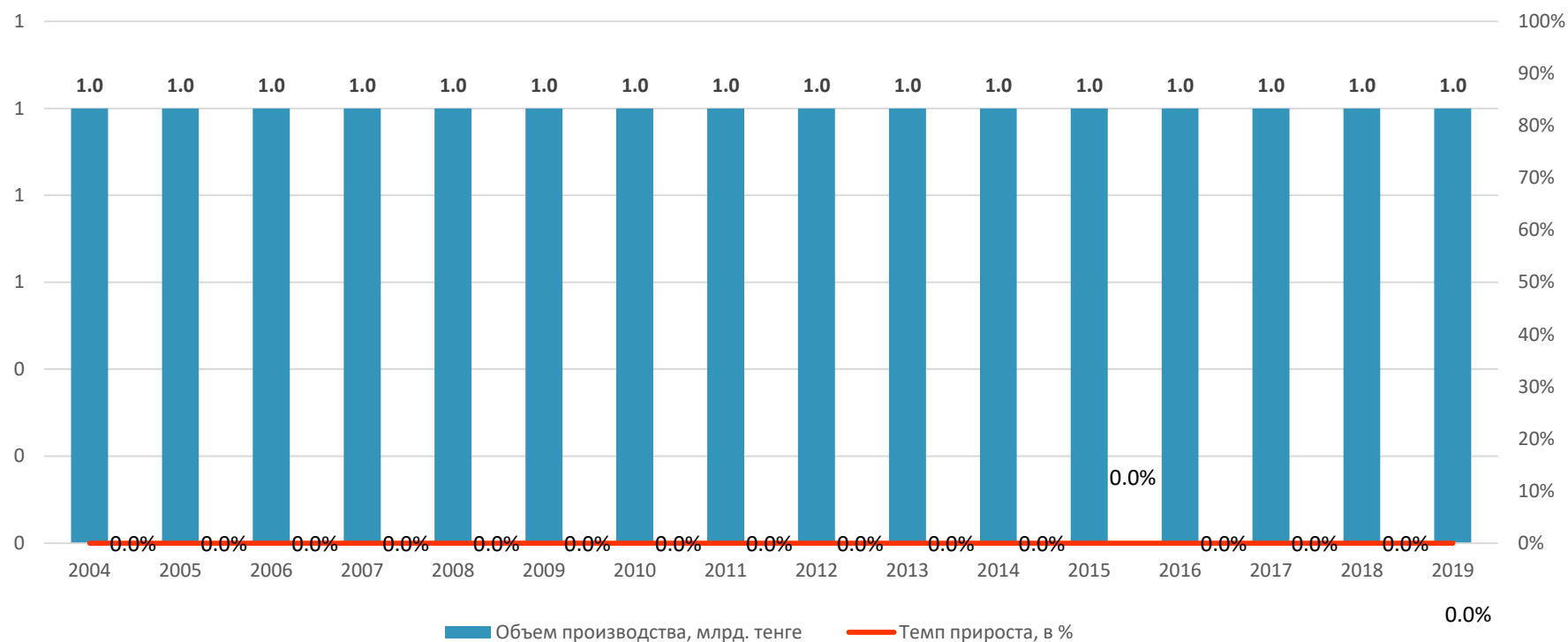
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Таблица 21. Объем рынка алкогольной продукции по каналам Off-trade и On-trade в Казахстане в 2004-2019 гг., млрд. тенге

| Канал     | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Off-trade |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| On-trade  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Итого:    |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

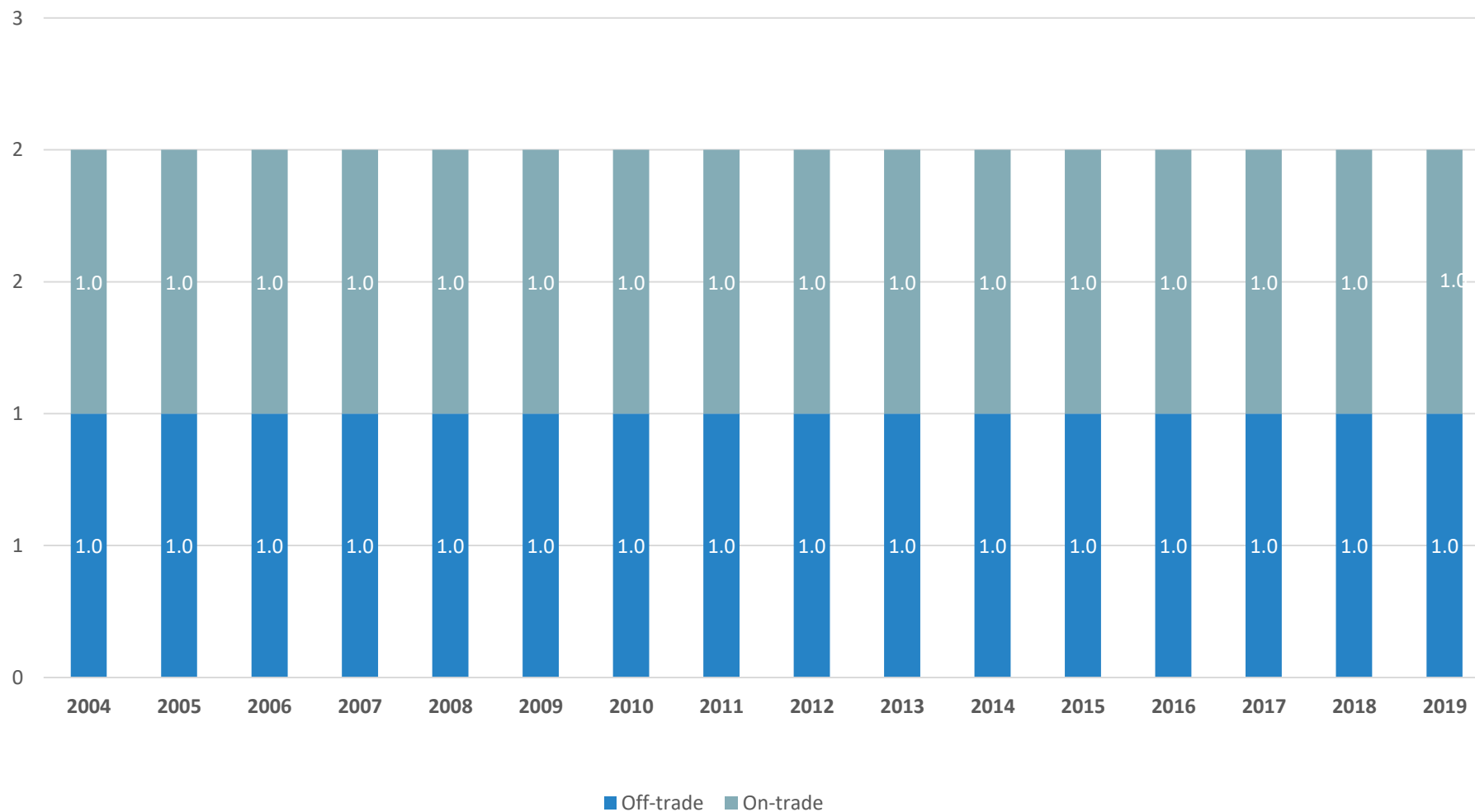
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 19. Объем и темп прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане в 2004-2019 гг., млрд. тенге



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 20. Объем каналов сбыта алкогольной продукции в Казахстане в 2004-2019 гг., млрд. тенге



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

## Каналы реализации пива

Основной объем пива в Казахстане в 2019 г. был реализован в ..... каналах. Это связано с тем, что стоимость алкоголя намного выше в .....каналах (объем продаж в ..... каналах в натуральном выражении составил всего .....% от общего объема, а в стоимостном выражении .....%).

Начиная с 2013 г. доля канала ..... В ..... гг. этот показатель был равен .....%. В 2019 г. зафиксировано снижение .....%.

В течении анализируемого периода пики продаж через канал ..... пришлось на 2004 г. Этот показатель был равен .....% от общего объема рынка в натуральном выражении. В стоимостном выражении .....г. были самым результативным для канала ..... Доля канала в эти года составила .....% от общего объема рынка.

**Таблица 22. Объем рынка сегмента «Пиво» по каналам Off-trade и On-trade в Казахстане в 2004-2019 гг., млн. л.**

| Показатель    | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| On-trade      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Off-trade     |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| <b>Итого:</b> |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

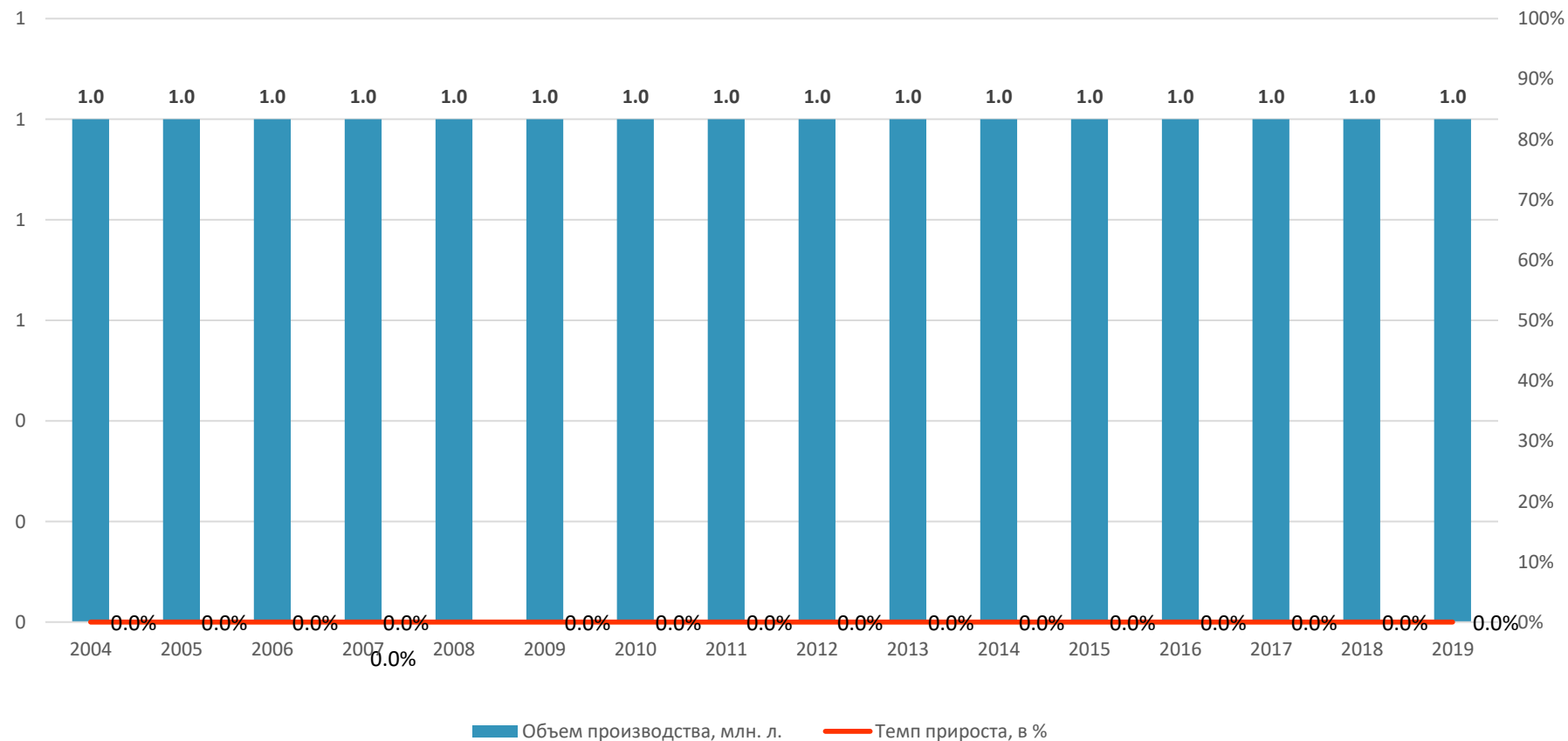
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

**Таблица 23. Структура каналов On-trade и Off-trade в объеме рынка сегмента «Пиво» Казахстане в 2010-2019 гг. в натуральном выражении, %**

| Показатель | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| On-trade   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Off-trade  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 21. Объем и темп прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане в 2004-2019 гг., млн.л.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Таблица 24. Объем рынка сегмента «Пиво» по каналам Off-trade и On-trade в Казахстане в 2004-2019 гг., млрд. тенге

| Показатель | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Off-trade  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| On-trade   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Итого:     |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

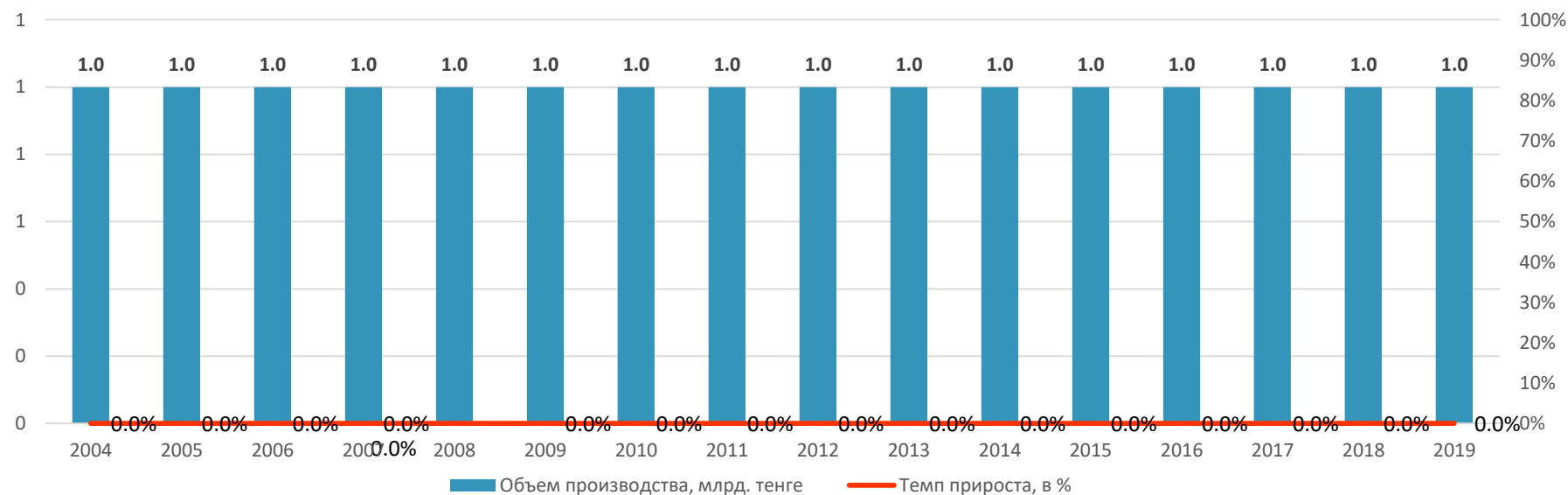
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Таблица 25. Структура каналов On-trade и Off-trade в объеме рынка сегмента «Пиво» Казахстане в 2010-2019 гг. в стоимостном выражении, %

| Показатель | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Off-trade  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| On-trade   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 22. Объем и темп прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане в 2004-2019 гг., млрд. тенге



Источник: расчеты Discovery Research Group.

## Глава 7. Прогноз развития рынка алкогольной продукции в Казахстане до 2023 г.

### В натуральном выражении

По оценкам экспертов, к 2023 г. объем рынка алкогольных напитков в Казахстане составит ..... млн.л. ..... объема продаж в натуральном выражении будет объясняться деятельностью правительства по снижению незаконных продаж и контрабанды.

По оценкам экспертов, наилучшие показатели будут продемонстрированы в сегменте «.....». Ожидается, как рост импорта этой продукции, так и увеличение объемов производства внутри страны. Последнему способствуют новости об возрождении ..... в Казахстане.

Предположительно, в 2023 г. объем сегмента «.....» составит ..... млн.л. Доля вина в общей структуре рынка продолжит расти и составит к 2023 г. составит ..... % в натуральном выражении. Тем самым сегмент упрочниться на втором месте на рынке алкогольных напитков.

..... так и останется лидирующим сегментом в структуре рынка в натуральном выражении на протяжении прогнозируемого периода. Предположительно, в 2023 г. доля этого сегмента составит ..... % от натурального объема рынка. Объем сегмента в 2023 г. составит ..... млн.л.

Объем сегмента «.....», ориентировочно, продолжит ..... и к 2023 г. составит ..... млн. л. Доля этого сегмента предположительно составит ..... % от натурального объема рынка алкогольных напитков.

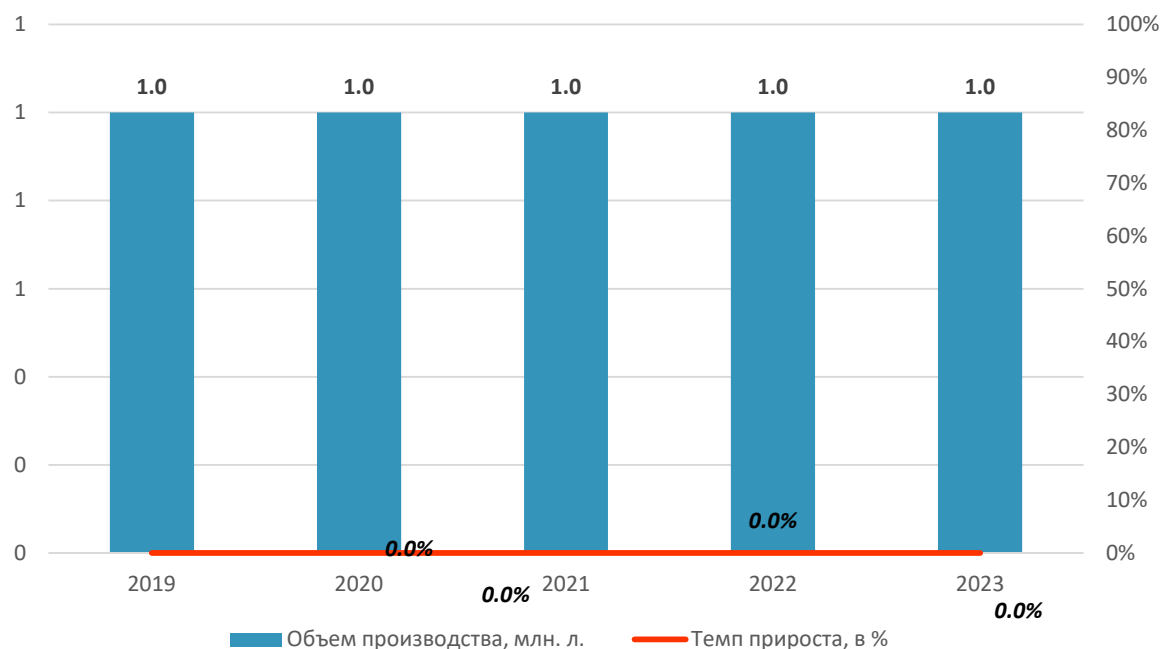
В сегменте «.....», также прогнозируется ..... Предположительно, в 2023 г. доля этого сегмента составит ..... %, против ..... % в 2019 г. Объем сегмента в 2023 г., предположительно, составит ..... млн. л.

Таблица 26. Объем рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане в 2019-2023 г., млн.л.

| Сегмент                             | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-------------------------------------|------|------|------|------|------|
| Пиво                                |      |      |      |      |      |
| Коктейли и слабоалкогольные напитки |      |      |      |      |      |
| Крепкие алкогольные напитки         |      |      |      |      |      |
| Вино                                |      |      |      |      |      |
| Итого:                              |      |      |      |      |      |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 23. Прогноз объема и темпов прироста рынка алкогольной продукции в Казахстане в 2019-2023 гг., млн.л., %.



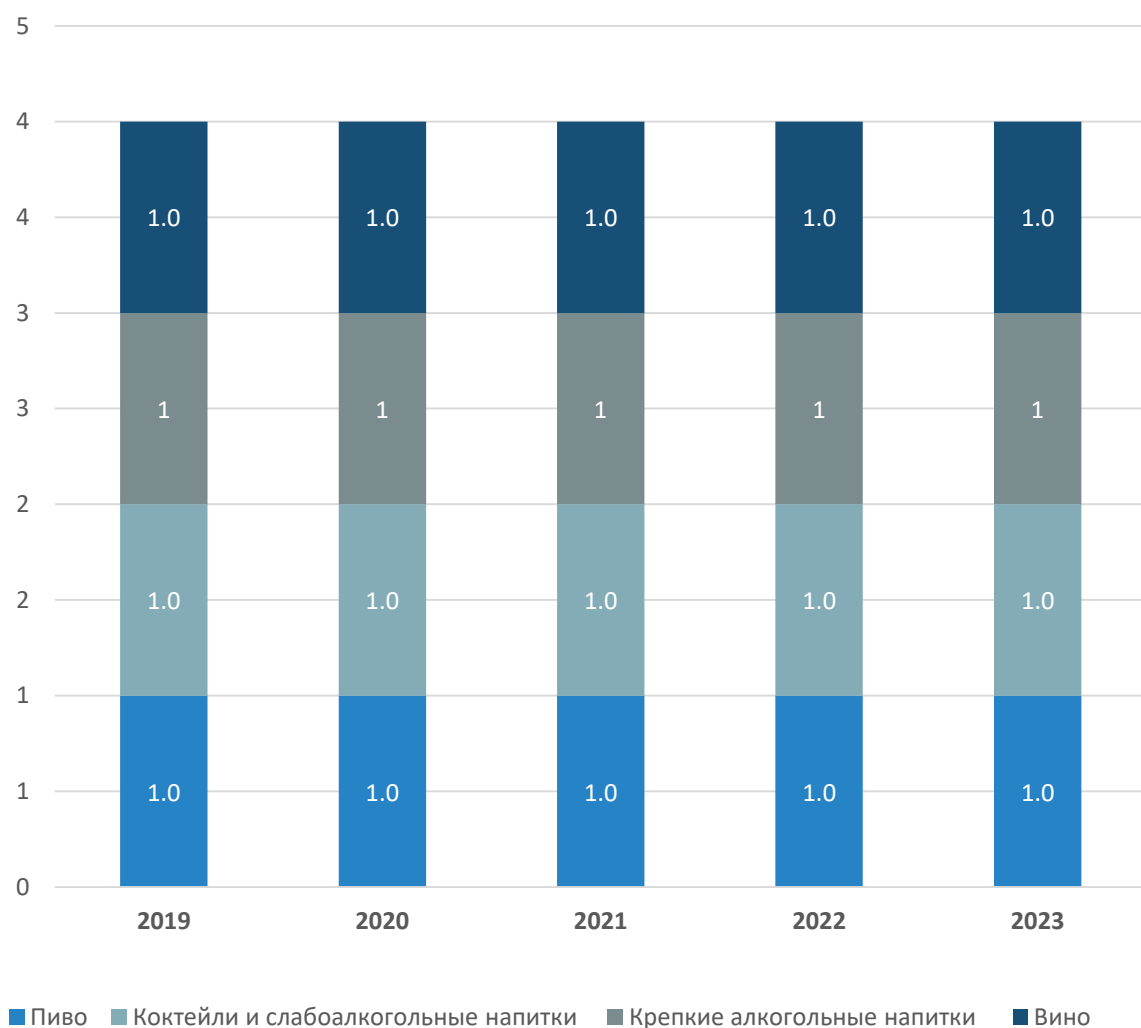
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 24. Прогноз доли сегментов алкогольных напитков в объеме рынка в Казахстане в 2023 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 25. Прогноз объема рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане в 2019-2023 гг., млн.л.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Ожидается, что среднегодовой темп роста объема алкогольной продукции в Казахстане составит ..... % в 2020-2023 гг. Рост будет вызван высокой популярностью ..... и ..... в течение прогнозируемого периода. Несмотря на ..... динамику рынка, темп прироста будет .....

..... продолжит упрочнять свои позиции на рынке алкогольных напитков. Среднегодовой темп прироста самого динамично сегмента составит ..... %. Предположительно, в 2023 г. темп прироста составит ..... % в натуральном выражении.

..... сохранит лидерство на рынке, однако начиная с 2020 г. темп прироста будет ..... В 2023 г., прогнозно, этот показатель будет равен ..... %.

Динамика объема потребления крепких алкогольных напитков на протяжении всего прогнозируемого периода будет ....., что связано с тенденцией предпочтения потребителями легких алкогольных напитков и контролем государственных органов. Среднегодовой темп прироста в течении прогнозируемого периода сегмента будет равен ..... %. По мнению экспертов, динамика будет только ..... и в 2023 г. темп прироста составит ..... %.

..... динамика ожидается и в сегменте «.....». Прогнозно, среднегодовой темп прироста составит ..... %.

**Таблица 27. Прогноз темпов прироста объема рынка алкогольной продукции по сегментам в Казахстане в 2019-2023 гг. в натуральном выражении, %.**

| Сегмент                             | 2020/2019 | 2021/2020 | 2022/2021 | 2023/2022 |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Пиво                                |           |           |           |           |
| Коктейли и слабоалкогольные напитки |           |           |           |           |
| Крепкие алкогольные напитки         |           |           |           |           |
| Вино                                |           |           |           |           |
| <b>Итого:</b>                       |           |           |           |           |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

**Сегмент «Пиво»**

Основной объем пива в Казахстане, в прогнозируемый период, будет реализован в ..... каналах. Это связано с тем, что стоимость алкоголя намного выше в ..... каналах. Однако, начиная с 2022 г. доля канала ..... будет ..... и к 2023 г. составит ..... % в натуральном выражении.

Объем продаж в ..... каналах в 2023 году, прогнозно, составит ..... млн. литров.

**Таблица 28. Объем рынка сегмента «Пиво» по каналам Off-trade и On-trade в Казахстане в 2019-2023 гг., млн. л.**

| Показатель    | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------|------|------|------|------|------|
| On-trade      |      |      |      |      |      |
| Off-trade     |      |      |      |      |      |
| <b>Итого:</b> |      |      |      |      |      |

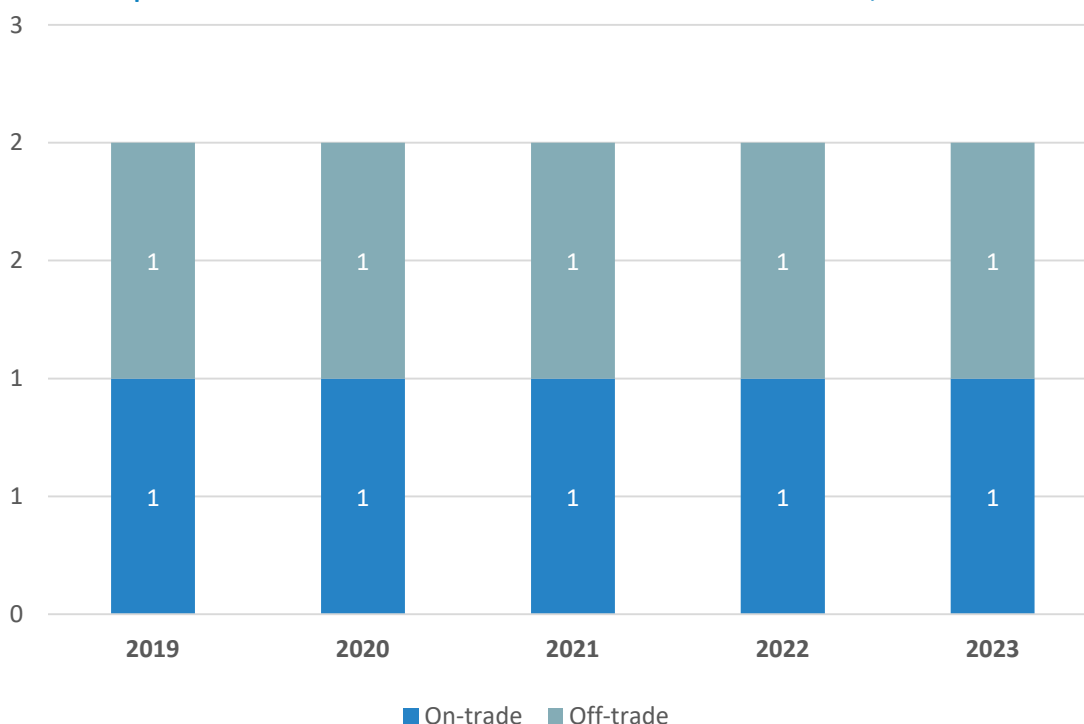
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

**Таблица 29. Структура каналов On-trade и Off-trade в объеме рынка сегмента «Пиво» Казахстане в 2019-2023 гг. в натуральном выражении, %**

| Показатель | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------|------|------|------|------|------|
| On-trade   |      |      |      |      |      |
| Off-trade  |      |      |      |      |      |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

**Диаграмма 26. Прогноз объема каналов сбыта пива в Казахстане в 2019-2023 гг., млн. л.**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

---

**В стоимостном выражении**

.....

**Сегмент «Пиво»**

.....

## **Глава 8. Тенденции, события и перспективы развития рынка алкогольных напитков в Казахстане**

В Казахстане необходимо сформировать новую государственную политику в вопросе регулирования рынка алкогольной продукции. Она должна охватить не только все его сегменты, от производства сырья до реализации, но и выстроить чёткие принципы негласного «общественного договора». Такой подход позволит минимизировать социальный и физиологический вред от употребления алкоголя при максимальных выгодах для общества. Этот вопрос стоит весьма остро. По оценкам экспертного сообщества, ..... % взрослых казахстанцев употребляют алкоголь.

Существует ряд эффективных инструментов системного регулирования алкогольного рынка в стране. Грамотная госполитика должна использовать их все, в той или иной форме. К основным относятся:

- Запрет пропаганды потребления алкоголя
- .....
- .....
- .....

Игнорирование проблем чревато серьёзными последствиями не только экономического, но и социального характера.

.....

\*\*\*\*

В 2019 году Министерство информации и общественного развития впервые подняло вопрос о снятии запрета на рекламу алкоголя. Запрет действует с 20004 года. Аргументировалось это необходимостью поддержки отечественных СМИ. В качестве

пример приводились страны Таможенного союза, где уже сделали частичные послабления в этом вопросе.

.....

\*\*\*\*

Все государственные меры по информированию населения о вреде алкоголя работают не системно. Между тем стране необходимы масштабные целевые программы с чёткими целями, акцентами на различные фокус-группы и замерах эффективности. Как пример можно привести Германию. Здесь, по статистике, 45% ДТП происходят по причине употребления алкоголя. Поэтому во многих кафе в Германии на столики нанесён стикер с изображением ног в инвалидной коляске – прямое напоминание связи употребления алкоголя с ДТП. И это работает: за 10 последних лет смертность от вождения за рулём в нетрезвом виде сократилась в стране на 62%.

.....

\*\*\*\*

В регулировании казахстанского алкогольного рынка присутствует ряд ограничений. В их числе временные и возрастные – стандартные ограничения для большинства стран. Продажа крепкой алкогольной продукции запрещена с 21 часа до 12 часов следующего дня, алкоголь не отпускается лицам моложе 21 года. Но при этом алкоголь продаётся во всех торговых точках, и открытые всем взорам – и малым, и юным, и нестойким – яркие алкогольные полки служат наглядной пропагандой потребления.

.....

\*\*\*\*

.....

\*\*\*\*

.....

\*\*\*\*

.....

\*\*\*\*

.....

\*\*\*\*

.....

\*\*\*\*

.....

\*\*\*\*

.....

\*\*\*\*

.....

#### ***Онлайн-отслеживание производства алкоголя запустили в Казахстане***

С 2016 г. казахстанские спиртзаводы, заводы по производству водки, коньяка и крупные пивные заводы начали пилотный проект установки дополнительных приборов учета выпущенного товара. Эти приборы в режиме онлайн будут передавать информацию о каждой произведенной бутылке в уполномоченные органы.

.....

#### ***Петропавловский ликероводочный завод (ПЛВЗ) обрел нового инвестора***

.....

#### ***Ассоциация «Казалко» открывает вьетнамский рынок для казахстанской продукции***

.....

#### ***В Казахстане акциз на алкоголь предложили привязать к градусу***

.....

#### ***Рост контрабандного алкоголя из Кыргызстана***

.....

#### ***В Нур-Султане откроется азербайджанский торговый дом***

.....

*В Минздраве пока не определили схему финансирования Фонда здоровья*

.....

*Возрождение виноделья*

.....

*РАР негласно запретило Казахстану экспортировать в Россию алкоголь*

.....

*Экспорт казахстанских товаров в Азербайджан*

.....

*С 2020 года в Казахстане начнут сажать за пьяную езду и рекламу наркотиков на стенах*

.....

*Приостановление деятельности крупнейшего производителя крепких алкогольных напитков*

.....

*Ликёроводочном заводе ТОО «Кентавр» хотят закрыть*

.....

*В Казахстане делают алкоголь-фальсификат из китайских таблеток*

.....

*Рекламу алкогольной продукции могут вернуть в казахстанские СМИ*

.....

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, у шт. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Те шт. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: [research@drgroup.ru](mailto:research@drgroup.ru)

[www.drgroup.ru](http://www.drgroup.ru)

### Схема проезда

