

# **Исходный материал кейса №1**

## **(2 статьи о рынке пива в России)**

### **1) «Нулевой вариант»**

*Россияне неожиданно полюбили безалкогольное пиво*

Объем мировых продаж алкогольных напитков в 2016 году снизился на 1,3 процента, сообщают аналитики британской компании IWSR (International Wine & Spirit Research). В большей мере потеряли производители пива: продажи сократились на 1,8 процента. Причем лидером выступила Россия — в нашей стране, по данным IWSR, потребление пива в прошлом году уменьшилось почти на 8 процентов. Что происходит с рынком и каковы прогнозы — разбиралась «Лента.ру».

#### **Черная полоса**

В исследовании IWSR констатируется, что продажи пенного напитка в 2016 году сокращались практически повсеместно. Так, в США зафиксирован спад продаж на уровне 0,3 процента, в Бразилии — на 5,7 процента, в Китае — на 4,2 процента, в России — на 7,8 процента.

Оценка аналитиками IWSR ситуации на пивном рынке нашей страны существенно расходится с официальной статистикой. В феврале Росстат объявил итоги работы отрасли за прошлый год, согласно которым картина не выглядит столь драматичной. По данным ведомства, продажи пива на российском рынке снизились всего на 3,7 процента — до 780,6 миллиона декалитров.

Производство пива в России за последние семь лет сократилось на 31,7 процента, напоминает замдиректора аналитического департамента «Альпари» Наталья Мильчакова. Причем в период 2010-2015 годов ежегодные темпы падения рынка достигали 4,8-5 процентов.

«С учетом того, что в 2016 году темпы падения продаж пива упали на 3,7 процента, а в предыдущие годы сокращались более высокими темпами, мы можем согласиться, что пивной рынок в России постепенно входит в стадию стабилизации», — говорит Мильчакова.

По ее мнению, одной из главных причин изменения ситуации к лучшему стал возврат рекламы пива на телевидение в прошлом году: реклама пива допускается в трансляциях спортивных соревнований и на специализированных спортивных телеканалах. Это дает основания для более оптимистичных прогнозов на 2017 год, уверена Мильчакова.

Однако говорить, что черная полоса отечественной пивной индустрии пройдена, пока преждевременно, предупреждает эксперт. К негативным факторам, продолжающим влиять на рынок, Мильчакова отнесла и последствия демографического кризиса 90-х годов.

«Молодых потребителей сейчас не так много, как в "нулевые" годы, а рынок пива зарегулирован более сильно, чем раньше. Кроме того, среди молодежи ведется устойчивая пропаганда здорового образа жизни», — подчеркнула она.

Кроме того, экономический кризис привел к обнищанию среднего класса и сокращению посещений ресторанов и премиальных пивных баров. «Полагаем, что пивной рынок дна еще не достиг — снизу при каждом новом погружении на якобы "дно", будут "стучать" еще долго», — философски заметила Мильчакова.

## Погодный фактор

Ситуация остается сложной: на отрасль оказывают влияние как серьезная регуляторная нагрузка (высокие акцизы, ограничение размера ПЭТ-упаковки), так и падение реальных доходов населения, подтверждает представитель компании Efes Rus Павел Филиппов. Все это, безусловно, негативно сказывается на спросе на пиво.

«Кроме того, на нашем рынке ярко выражен сезонный фактор, и холодная погода в начале высокого сезона однозначно повлияет на результаты года. Мы ожидаем в 2017 году слабо негативной динамики рынка», — указал он.

Однако в среднесрочной перспективе можно рассчитывать на стабилизацию рынка с перспективой выхода на небольшой рост, предположил Филиппов. Предпосылки к этому — снижение налоговой нагрузки на отрасль, смягчение ограничений на производство, рекламу и продажу пива в рамках концепции отдельного регулирования, которая направлена на стимулирование переключения потребителей с крепких напитков на слабоалкогольную продукцию натурального брожения.

«Выходу отрасли из кризиса также могут способствовать сохранение благоприятного режима для развития рынка безалкогольного пива. Этот сегмент развивается динамично и имеет потенциал для роста», — подчеркнул Филиппов.

Еще один резерв для российских пивоваров, по его словам, в отмене ограничений на размер ПЭТ-упаковки для поставок напитка на экспорт. Эти форматы наиболее востребованы и могут поддержать загрузку мощностей и общую операционную эффективность предприятий, убежден Филиппов.

## Трезвость как норма

Партнер департамента налогообложения и права Deloitte Оксана Жупина согласна с тем, что в текущем году рассчитывать на рост продаж алкогольной продукции вообще и пива в частности в России не приходится: «Полагаю, что рынок пива в нашей стране сохранит тенденцию к снижению».

В качестве антикризисных мер эксперт считает возможным использовать подходы, продиктованные последними трендами в отрасли. Один из них — развитие сектора безалкогольного пива в России, что подтверждается статистическими данными по объемам продаж безалкогольного пива: так, за последний год продажи в данном сегменте, по данным Nielsen, выросли на 11-12 процентов, заявила Жупина.

«Учитывая общие негативные тенденции, развитие производства безалкогольного пива является современным решением, удовлетворяющим устремлениям сторонников движения здорового образа жизни и позволяющим осуществлять активную рекламную поддержку своей продукции в СМИ», — уверена она.

Ставку на безалкогольное пиво уже делают производители, что требует дополнительных инвестиций, напоминают в пивоваренной компании «Балтика». Ведь производство этого напитка — более дорогостоящий и трудоемкий процесс по сравнению с выпуском обычного пива.

В 2015 году безалкогольный сегмент занимал менее 1 процента рынка, а в 2016 году продемонстрировал рост на уровне 15 процентов, напомнил директор по правовым вопросам и корпоративным отношениям «САН ИнБев» Ораз Дурдыев. В Германии этот показатель составляет 5 процентов, в Испании — 13 процентов. По мнению эксперта, это говорит о большом потенциале развития данного направления в России.

## Разделяй и регулируй

Падение пивоваренного рынка на 4 процента в первом квартале 2017 года соответствует ожиданиям: это продолжающееся снижение реальных доходов населения и влияние ограничения ПЭТ до 1,5 литров, однако в полной мере эффект ограничения еще не был виден — так в «Балтике» оценивают положение дел на рынке.

Сегодня на российском рынке представлены почти все мировые лидеры пивной индустрии, однако все более заметную роль начинают играть небольшие локальные игроки. Кроме того, возникают новые каналы дистрибуции и продуктовые линейки: крафтовое пиво, продажа разливного пива через сети специализированных пивных магазинов.

В Союзе российских пивоваров (СРП) уверены, что для преодоления негативных тенденций в отрасли необходимо совершенствовать механизмы, регулирующие отрасль. «Выход из кризиса кроется в изменении подходов к законодательному регулированию производства и оборота алкогольной продукции. Высшая школа экономики уже разработала проект закона, в котором есть общая часть, а требования к производствам пива, вина и крепкого алкоголя вынесены в отдельные части. Это справедливый и разумный подход, отвечающий задачам государства и создающий условия для развития бизнеса», — убеждены в СРП.

С таким подходом согласны в «Балтике». Компания считает целесообразным скорейшее введение отдельного регулирования для различных категорий алкогольной продукции, как это сделано в большинстве стран мира. «Бизнес рассчитывает, что совершенствование

законодательства будет способствовать положительным изменениям в пивоваренной отрасли», — сообщили «Ленте.ру» в пресс-службе компании.

## Эффект губной помады

Сегодня российское пиво поставляется в десятки стран мира, в том числе на «историческую родину» — в Германию, а также в США, Израиль, Чили, Оман, Китай. Однако в СРП убеждены, что экспорт не способен превратиться в решающий фактор восстановления отрасли. Ключевым для производителей пенного напитка был и остается российский рынок.

У Мильчаковой свой взгляд на проблему. «Для выхода из кризиса можно производить пиво на экспорт, тем более что почти все российские пивные бренды являются на самом деле международными, и им будет легче позиционировать свою продукцию за рубежом», — утверждает она.

По данным соцопросов, большинство россиян называет любимым алкогольным напитком пиво, объем потребления которого, по данным Росстата, в 2016 году составил 57 литров на душу населения в год, напоминает Дурдыев.

«Надеемся, что в 2018 году будет открыт альтернативный канал дистрибуции — через интернет, и он станет одним из драйверов роста пивного рынка в дальнейшем», — подчеркнул он. Еще один повод для оптимизма, с точки зрения Дурдыева, в том, что несмотря на падение покупательной способности и реальных доходов россиян рынок пива «не деградирует».

«В экономике есть такое понятие как "эффект губной помады" — ситуация при которой в кризис люди отказываются от крупных и дорогих покупок, но позволяют себе приятные мелочи, достаточно дорогие для своей категории», — уточнил собеседник «Ленты.ру».

21 июня 2017 г. И.Наумов

Источник: [lenta.ru](http://lenta.ru)

## **2) «Пивная отрасль приспосабливается к новым правилам игры»**

Запрет на производство и оптовую продажу пива в пластиковой таре емкостью более 1, 5 литров вступил в силу с 1 января 2017 года. С магазинных прилавков 2-2, 5-литровые бутылки исчезнут через полгода. Есть и другие новшества. В частности, не допускается продажа пива дистанционно и без документа со штрих-кодом ЕГАИС. Эти перемены могут еще более осложнить ситуацию на алкогольном рынке России, который в последние годы демонстрирует отрицательную динамику.

## **Запретные плоды**

Изменения в законодательстве, касающиеся производства, оборота, потребления алкогольной и спиртосодержащей продукции, готовились продолжительное время и не стали для участников рынка полной неожиданностью. Уместно напомнить, что запрет на продажу пива в пластиковых бутылках (ПЭТ-таре) объемом свыше 1, 5 литра принимался как мера борьбы с так называемым пивным алкоголизмом — якобы продажа пенного напитка в ПЭТ-таре емкостью 2-2, 5 литра провоцирует рост потребления, причем в первую очередь среди молодежи. Оппоненты уверяли, что одно с другим никак не связано: человек физически не в состоянии в один присест выпить столько пива, чтобы достигнуть состояния опьянения, равного употреблению бутылки водки.

Итог дискуссии известен: пиво в пластиковых бутылках объемом более 1, 5 литров объявлено вне закона. С января текущего года запрет распространяется на производство и оптовую торговлю. Розничная торговля получила шестимесячную отсрочку, чтобы до 1 июля распродать товарные запасы. Нарушителей будут карать штрафами. Административная ответственность для должностных лиц предусмотрена в размере от 100 до 200 тысяч рублей, для организаций — от 300 до 500 тысяч рублей.

Еще одно изменение 2017 года связано с запретом дистанционной продажи пива, а также ставшим обязательным штрих-кодом ЕГАИС в сопроводительных документах. Все эти перемены могут усугубить положение дел в отрасли.

## **Пивовары под прессом**

Комментируя ситуацию с потребительской ПЭТ-упаковкой, Союз российских пивоваров отмечает, что принятый летом прошлого года закон стал разумным компромиссом, который был достигнут при активном участии представителей всей пивоваренной отрасли — малых, средних и крупных заводов.

Понимая и разделяя существовавшую в обществе озабоченность присутствием на рынке продукции в пластиковой таре большого объема, члены Союза российских пивоваров дважды — в 2013 и 2015 годах — вводили добровольное самоограничение на выпуск пива в крупной упаковке. То, что сейчас максимальный объем в 1, 5 литра закреплен законодательно, дает возможность всем участникам рынка работать со значительным горизонтом планирования.

При этом в союзе считают, что данный запрет с экономической точки зрения не имеет смысла и является избыточным. Он стоит в одном ряду с более чем полусотней других ограничений, введенных в отношении производства и оборота пивоваренной продукции за последние несколько лет.

Эти меры, по словам пивоваров, привели к тому, что Россия уже не первый год находится в числе стран, лидирующих по такому показателю, как жесткость законодательства в отношении пивоваров и пива, что препятствует изменению структуры потребления алкоголя, в которой сейчас доминирует крепкие напитки.

Производители восприняли нововведение по-разному, ведь изменения правил потребуют дополнительных вложений. И это при том, что отрасль, с учетом кризисного состояния российской экономики, и так находится не в самой лучшей форме. В 2016 году пива было продано менее 1, 37 миллиона дал в абсолютном алкоголе, это на 0, 8 процента меньше, чем в 2015 году. Напомним: в 2015 году общее падение объема пивного рынка составило 10 процентов.

Ситуация усугубляется усилением фискального бремени для пивоваров: на 1 рубль (до 21 рубля)

в январе 2017 года повышен акциз на пиво. Не добавляют энтузиазма и слухи о том, что в перспективе может быть введено лицензирование. Пока штрих-код ЕГАИС стал обязательным для сопроводительных документов. Если такой закон примут, то каждая бутылка и банка будет маркироваться электронными метками, что добавит к цене еще примерно 20 рублей. Ни миллиграмма меньше!

Эти видимые миру слезы не убеждают независимых экспертов. По их мнению, ситуация не столь драматична. Пивовары сознательно завышали объемы продаж пива в пластиковых бутылках емкостью более 1, 5 литра, говорит глава Центра исследований федерального и региональных рынков алкоголя (ЦИФРРА) Вадим Дробиз.

Конечно, констатирует он, производителям неизбежно придется нести дополнительные издержки. В частности, требуются инвестиции в перестройку линий розлива, вырастут и логистические затраты — в большой таре транспортировать пиво удобнее.

Впрочем, в проигрыше пивовары не останутся. «Ни на один миллиграмм производство и потребление пива не сократится. Наоборот, объемы вырастут. Если раньше человек брал, например, одну бутылку емкостью 2, 5 литра, то теперь с высокой долей вероятности возьмет две по 1, 5 литра. Такова психология потребителя, который никогда не берет товар в сторону уменьшения», — объясняет Дробиз.

### **Ретейлеры готовы**

У продавцов несколько иное видение ситуации. В частности, в «МЕТРО Кэш энд Керри» полагают, что ограничения на реализацию пива в ПЭТ-таре емкостью более 1, 5 литра не окажут существенного влияния на спрос и объемы закупок среди профессиональных клиентов компании.

«Скорее всего, произойдет перераспределение потребления, которое отразится в увеличении доли продаж пива в пластиковой таре менее 1, 5 литра и розливного пива. Учитывая, что производители обычно заранее планируют увеличение объемов производства на высокий сезон, дефицита мы не ожидаем. Контракты с поставщиками на 2017 год заключены с учетом всех законодательных изменений», — сообщила «Ленте.ру» менеджер по внешним коммуникациям «МЕТРО Кэш энд Керри» Кристина Быковская.

### **Экономия под градусом**

Изменения в правилах производства и реализации пива, вступившие в силу с января 2017 года, исключают использование ряда востребованных форматов на действующих ПЭТ-линиях, подчеркнул менеджер по связям с общественностью и органами власти компании Efes Rus Павел Филиппов. «Это требует оптимизации продуктовой линейки и производственных мощностей для компенсации выпадающих объемов с учетом требований рынка. В нашем случае все работы завершены, мы готовы к работе в новых условиях», — заверил он. Что касается дополнительных затрат — для каждого производителя они строго индивидуальны: зависят от свободных мощностей на действующих линиях розлива и связаны с закупкой оборудования на линии ПЭТ для перехода с больших на меньшие форматы.

«Необходимо учитывать потребности рынка. Мы ожидаем, что объемы, приходящиеся на ПЭТ более 1, 5 литров, будут частично перераспределены на другие форматы ПЭТ и на другие типы упаковки (стекло и банка). Однако учитывая тот факт, что спрос на ПЭТ большого объема был обусловлен еще и желанием потребителя сэкономить, и принимая во внимание невысокую покупательскую способность населения, часть объемов будет потеряна, и данный запрет, несомненно, негативно повлияет на динамику рынка», — поделился прогнозом компании Филиппов.

С тем, что любители пенного напитка будут покупать две бутылки по 1, 5 литра взамен одной 2, 5-литровой, он готов согласиться, но с оговоркой: для потребителей с невысоким достатком это будет экономически нецелесообразно, и есть риск того, что часть их переключится на дешевый крепкий алкоголь — возможно, нелегальный (контрафактный).

«Мы ожидаем нейтральной динамики на рынке пива в 2017 году с учетом частичной компенсации негативного влияния ограничения объема ПЭТ-упаковки другими факторами, такими как рост продаж крафтового пива и разливного пива в ПЭТ. Поставки в торговые сети будут соответствовать общерыночным», — подчеркнул Филиппов.

31.01.2017

Источник: [lenta.ru](http://lenta.ru)

### **Вопросы к кейсу:**

- 1. Назовите факторы спроса и предложения на рынке пива в современной России (7 баллов)**
- 2. Укажите экономические последствия введения ограничения объема ПЭТ-упаковки для производителей (продавцов) и покупателей пива (7 баллов)**
- 3. Имеются ли причины, способные снизить кризисные процессы в пивной отрасли России? (7 баллов)**