



АЛЕКСЕЙ ХАРАС,

РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE

«ПИВОВАРЕННАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ»

ХИМИЯ И ЖИЗНЬ

Попытки борьбы российского народа в лице его правителей с той или иной формой алкогольсодержащих напитков неизменно заканчивается победой последних. Не беря совсем уж давние примеры, вспомним перестроечный бой бутылок, закончившийся государственным переворотом, или недавнюю попытку внедрения продукции отечественных высоких технологий, именуемой ЕГАИС, в розницу — в итоге пьяный напиток все равно одержал победу.

Исторические закономерности неизбежно проявятся и в нынешней дискриминации пива перед лицом спорта. Может ли кто-то аргументированно объяснить, почему пиво продают на стадионах анафеме, но те же стадионы во всем мире украшает реклама Coca-Cola и McDonald's? Глобальные компании являются глобальным же партнером олимпийского движения. Вряд ли причина кроется в полезности того или иного продукта. Да, от пива растет очень неспортивный пивной живот. Но от продукции олимпийских партнеров растет еще более неспортивная задница. Зато пиво действительно делается из натуральных продуктов, а вот рецепт колы — секрет. Известно лишь, в чем она превосходит пиво — колой можно удалять ржавчину и чистить старые монеты.

Несомненно, пиво увеличивает диурез, что ведет к асоциальному поведению посетителей спортивных учреждений. Но попробуйте выпить полтора литра обычной газировки — поверьте, организм отреагирует точно так же. Наконец, последний и самый неоспоримый аргумент — алкоголь может подтолкнуть болельщиков к откровенно неспортивному поведению. С этим аргументом сложно поспорить, разве что указать на то, что у настоящего болельщика и без всякого алкоголя дури хватает. Есть еще и факты — с момента введения запрета на продажу пива на стадионах количество правонарушений во время проведения спортивных состязаний вовсе не уменьшилось. Чтобы не допустить массового пьянства на стадионах, можно не запрещать продажу вообще любого вида пива, а, допустим, ввести ограничения по крепости напитка.

Но пока из-за негибкого подхода к ограничению потребления спиртного в общественных местах спортивные клубы теряют буквально сотни миллионов рублей за счет отказа (или сокращения) от спонсорских взносов и потери платы за размещение рекламы. Ищите, кому это выгодно.



КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ПИВОВАРЫ НАВАРИЛИ

НЕСКОЛЬКО ЛЕТ НАЗАД ПИВОВАРЕННЫЕ КОМПАНИИ ГОТОВИЛИСЬ К СТАБИЛИЗАЦИИ РЫНКА, НО УМЕРЕННО ОПТИМИСТИЧНЫЕ ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ ОКАЗАЛИСЬ НЕТОЧНЫМИ — РЫНОК НАЧАЛ ДИНАМИЧНО РАСТИ. В 2007 ГОДУ, ПО ДАННЫМ СОЮЗА РОССИЙСКИХ ПИВОВАРОВ, УРОВЕНЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА ПРЕВЫСИЛ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ РУБЕЖ В 1 МЛРД ДАЛ И СОСТАВИЛ 1,16–1,19 МЛН ГЕКТОЛИТРОВ ПИВА В ГОД.

АННА СИТНИКОВА, ЕВГЕНИЙ ФИЛИМОНОВ

ОТ ТАЙГИ ДО БРИТАНСКИХ МОРЕЙ

Масштабы деятельности производителей пива наглядно демонстрирует их вклад в экономические показатели пищевой промышленности. Например, 22% средств, вложенных за последние два года в основной капитал пищевиков, были инвестированы пивоваренными компаниями, а доля отрасли в общем объеме выручки составляет 12% (и это если не учитывать уплаченные НДС и акцизы).

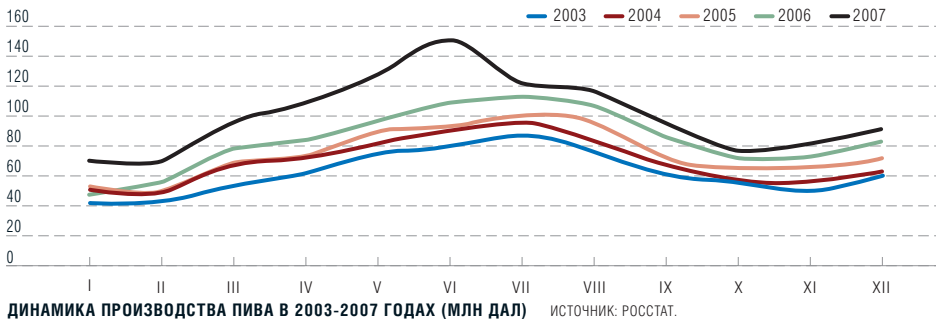
Опубликованные Росстатом данные трех кварталов 2007 года показывают 20-процентный рост капитальных инвестиций. Пивовары продолжают направлять свою прибыль в производство, и объем вложений будет не меньше, чем в предыдущие годы. Вероятно, он составит более 22 млрд руб., из которых 83% будут обеспечены собственными средствами компаний. Основной объем вложений — около 80% — направляется на покупку и модернизацию оборудования для производства пива.

До 2005 года главной причиной старта множества инвестпроектов было завершение консолидации рынка. Как следствие, сегодня осталось совсем немного заметных на рынке независимых предприятий — это ЗАО «МПБК „Очаково“» и ОАО «Томское пиво».

Параллельно с приобретениями крупные компании оптимизировали свою региональную производственную структуру. Этот процесс не завершен и сегодня. «В настоящее время есть регионы, где уровень потребления пива на душу населения ниже, чем средний по стране. Поскольку динамика экономического развития регионов приближается к уровню Москвы и других крупных городов, пивоваренные компании ожидают дальнейшего роста объемов продаж в регионах в силу увеличения потребления пива на душу населения», — говорит Надежда Хотина, директор по корпоративным вопросам SABMiller RUS.

Свежий импульс динамике инвестиций придал 10-процентный рост потребления в 2006 году. Переломным периодом стала вторая половина года, когда уже было ясно, что потребность региональных рынков превышает прогнозную. Для того чтобы ее покрыть, пивовары начали активно увеличивать мощности существующих предприятий и строить новые, наращивать поток денежных средств, вложенных в оборудование, логистику и склады. Особое внимание пивовары сосредоточили на развитии производственной базы в восточных регионах страны, которые, по мнению экспертов, в ближайшее время станут основным полем конкурентной борьбы.

Так, ПК «Балтика» в конце мая открыла новый завод в Новосибирске производительностью 45 млн дал, что увеличит существующие суммарные мощности компании более чем на 10%. «Это один из самых крупных инвестиционных проектов в Новосибирской области. Объем инвестиций — €134 млн. „Балтика-Новосибирск“ станет современным предприятием пивоваренной отрасли, работающим по новейшим европейским технологиям», — отметил директор филиала «Балтика-Новосибирск» Сергей Скоромкин.



ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА ПИВА В 2003-2007 ГОДАХ (МЛН ДАЛ) ИСТОЧНИК: РОССТАТ.

ПЕРЕДОВИКИ ПРОИЗВОДСТВА



НОВЫЙ ЗАВОД «БАЛТИКИ» В НОВОСИБИРСКЕ УВЕЛИЧИТ СУММАРНЫЕ МОЩНОСТИ КОМПАНИИ БОЛЕЕ ЧЕМ НА 10%

Вслед за «Балтикой» был запущен проект по возведению нового завода в Сибири компанией SUN InBev. Как сообщил старший менеджер по корпоративным связям компании Алексей Шавензов, «в предприятие будет направлено более €80 млн инвестиций, а мощность завода составит около 24 млн дал. В прошлом году мы успешно провели тестовые варки на этом предприятии. Мы надеемся, что в скором времени строительство будет завершено и мы сможем порадовать жителей региона продукцией, произведенной на ангарском филиале SUN InBev».

Уже имеющиеся мощности в Сибирском регионе продолжает активно развивать Heineken. Как нам сообщили в пресс-службе компании, до 2007 года в строительство нового цеха розлива и логистического комплекса на «Сибирской пивоварне Хейнекен» было инвестировано свыше 755 млн руб. До конца 2008 года планируется дополнительно инвестировать порядка 545 млн руб.

Компания Efes осуществила модернизацию новосибирского предприятия группы «Красный Восток» сразу после приобретения, в результате чего его мощность в 2006–2007 годах выросла до 30 млн дал.

Не менее горячая инвестиционная ситуация отмечается в Поволжье, где на фоне высокой плотности населения и благоприятного развития экономической конъюнктуры задел свободного рыночного пространства еще относительно велик. Самым громким проектом 2007 года в Приволжском регионе стало более чем трехкратное увеличение мощностей поволжского лидера филиала «Балтика-Самара», до 65 млн дал пива в год, стоимостью

свыше €100 млн. Уже в 2007 году объем производства филиала вырос по сравнению с 2006 годом на 80% и составил более 43 млн дал. «Запуск второй очереди предприятия позволил нам не только значительно увеличить объемы производства, но и расширить ассортимент продукции. Завод освоил выпуск новых сортов, в том числе лицензионное пиво Tuborg, „Балтика №5“, „Балтика №7“, „Ярпиво“, а также пиво в новой для российских производителей упаковке — банке 1 л», — подчеркнул директор филиала «Балтика-Самара» Алексей Ильин. Компания укрепляет лидерство на рынке региона. По данным агентства «Бизнес Аналитика», доля рынка «Балтики» на региональном рынке выросла по сравнению с 2006 годом на 4,6% и составляет 37,9%.

Обширную модернизацию своего пермского филиала проводит второй по объемам региональных продаж производитель SUN InBev, к сезону 2008 года уже увеличив производственные мощности до 35 млн декалитров.

Не остывает инвестиционный интерес к этому региону и у компании Heineken. В течение последних двух лет заметные капитальные вложения были осуществлены в КПБН «Шихан» в Sterlitaмаке. До 2006 года группа инвестировала в развитие башкирского комбината свыше 542 млн руб., а в 2007 году компания дополнительно направила еще более 400 млн руб. Кроме того, в конце 2006 года было заявлено о планах инвестировать в нижегородскую «Волгу» €60 млн с целью трехкратного увеличения мощностей. Необходимые площади для расширения производства были получены за счет приобретения хладокомбината «Окский». Начиная с 2008 года в планах компании дополнительно инвестировать более €100 млн в развитие пивоварни.

ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА ПИВА В 2007 ГОДУ, ПО РАЗЛИЧНЫМ ОЦЕНКАМ, СОСТАВИЛ 1160–1197 МЛН ДАЛ, ЧТО ОЗНАЧАЕТ 16–20-ПРОЦЕНТНЫЙ РОСТ ОТРАСЛИ

