

Т.И. Мищук, Л.В. Пакуш

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, mishchuk1@tut.by

Пиво занимает максимальную долю алкогольного рынка Беларуси — 53,7%, это больше половины. Аналитики отмечают, что этой ситуации способствуют минимальные акцизы и государственная поддержка белорусских производителей этого вида напитка.

Целью исследования данной темы явилось изучение и анализ отечественного рынка пива, выявление перспектив его развития.

В 2009 г. рынок пива Беларуси продемонстрировал снижение производства пива на 5% (33,7 млн. дал) по сравнению с результатами 2008 г. (35,2 млн. дал)(рис.1).



Рисунок 1 – Производство пива в Беларуси в 2006-2009 гг.

Потребление пива в Беларуси в 2009 г. составило 45,5 млн. дал (около 47 л на человека) и снизилось по сравнению с 2008 г. на 2,1% (рис.2). При этом средневропейский уровень потребления пива составляет 70 л.

Доля импортного пива достигла 28% в общем объеме потребления (около 12,6 млн. дал). В 2009 г. объем импортного пива в страну возрос на 6,8 % в натуральном выражении. [1]

Стремительный рост импорта и замедление темпов производства в 2008 г. подтолкнуло правительство внести изменения в программу развития пивоваренной отрасли на 2006–2010 гг. Соответствующие изменения внесены постановлением Совета Министров №1880 в Программу развития пивоваренной отрасли Беларуси на 2006-2010 гг.

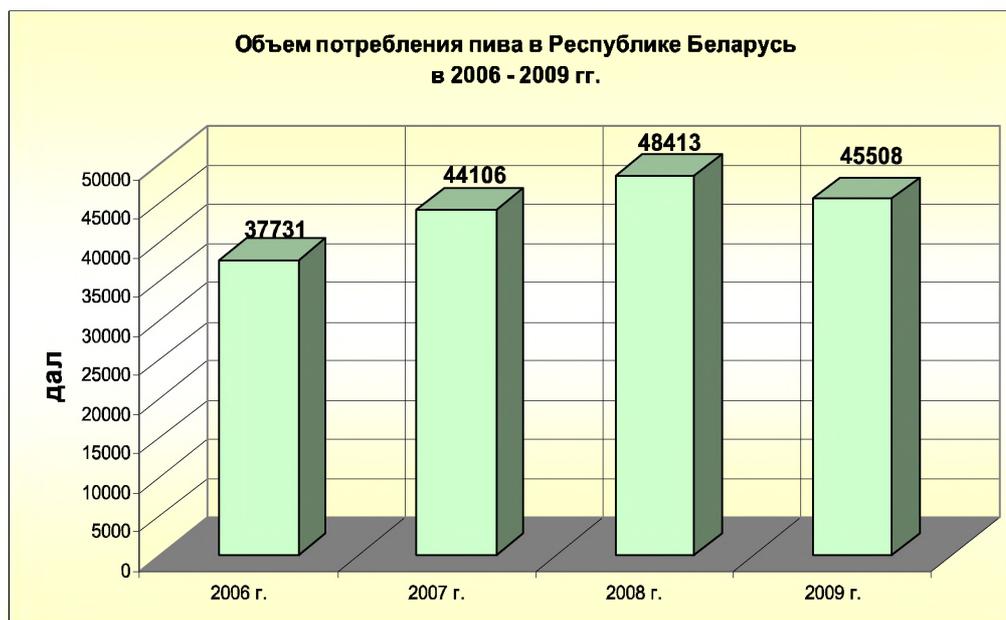


Рисунок 2 – Объем потребления пива в Республике Беларусь в 2006-2009 гг.

В соответствии с Программой развития пивоваренной отрасли страны на 2006–2010 гг., в Беларуси планируется увеличить производственные мощности до 65,8 млн. дал. к 2010 г., объем выпуска пива — до 60 млн. дал. На финансирование мероприятий по техническому перевооружению и реконструкции организаций пивоваренной отрасли в 2008-2010 гг. планируется направить 87,063 млн. долларов.

К 2010 г. Программа развития пивоваренной отрасли предусматривает проведение мероприятий по реконструкции и наращиванию производственных мощностей шести действующих крупных пивоваренных организаций - ОАО «Криница», ИЗАО «Сябар», ОАО «Пивзавод Оливария», ОАО «Лидское пиво», ОАО «Брестское пиво» и СОАО «Речицапиво».

Таблица 1 – Планируемое увеличение производственных мощностей пивоваренных организаций РБ к 2010 г.

Пивоваренные организации	Производственная мощность, млн. дал	Планируемая производственная мощность к 2010 г., млн. дал
ОАО «Криница»	15	24
ОАО «Оливария»	7	7
ИЗАО «ПК «Сябар»	7	20
ОАО «Брестское пиво»	3,5	4,3
СП ОАО «Речицапиво»	5,5	5,5
ОАО «Лидское пиво»	5,0	5,0
Итого:	43	65,8

Таким образом, мощности шести реконструируемых пивоваренных организаций к 2010 г. должны составить 65,8 млн. дал пива в год. [2]

Реализация мероприятий Программы развития пивоваренной отрасли Беларуси на 2006-2010 гг. позволит увеличить объемы производства пива – до 60 млн. дал в год (до 61 л на человека).

Тем не менее, возросший импорт пива из стран ближнего зарубежья — одна из основных проблем белорусских пивоваров.

По данным концерна «Белгоспищепром», за 11 месяцев 2009 г. в денежном выражении импорт пива в страну по сравнению с январем-ноябрем 2008 г. снизился на 7,9% до 66,7 млн. долларов.

Из стран СНГ в Беларусь в январе-ноябре 2009 г. было поставлено 12,503 млн. дал пива (на 6,8% больше, чем в 2008 г.) на 64,8 млн. долларов. В том числе импорт из России за 11 месяцев 2009 г. увеличился на 10,6% на 809,3 тыс. дал (в денежном выражении составил 49,1 млн. долларов), из Украины - снизился на 0,2% до 4,030 млн. дал (15,7 млн. долларов).

Из стран вне СНГ в январе-ноябре 2009 г. было импортировано 82,0 тыс. дал пива (на 4,0% меньше, чем за аналогичный период 2008 г.), в стоимостном выражении поставки составили 1,9 млн. долларов (на 9,2% больше). В том числе поставки из Чехии сложились в размере 29,6 тыс. дал (на 38,3% меньше), Германии – 13,0 тыс. дал (на 11,6% меньше), Ирландии - 9 тыс. дал (на 15,1% меньше).[3]

Государство создает входные барьеры в отрасль в целях защиты отечественных производителей. В связи с этим Указом Президента увеличены ставки налога на импорт товаров, упакованных в тару, с 0,3 до 10% (то есть в 33 раза) от указанной в договоре стоимости. Пиво также является подакцизным товаром, а это - дополнительный налог.

Белорусское правительство проводит политику вытеснения с рынка импортных товаров. Беларусь сейчас активно идет по пути монополизации всех процессов в области торговли, финансовых потоков, особенно по подакцизным товарам. Учитывая, что механизм введения института специпортера уже отработан, несмотря на существующие межправительственные соглашения с Россией и другими странами о развитии внешней торговли, квотирование пивного импорта (каковым, по сути, и является институт специпортера) вполне реально. [4]

В настоящее время наблюдается падение спроса на пиво, которое началось в последнем квартале 2008 года. По итогам 2009 г. падение потребления пива составило около 6%. Это связано не только с экономическим кризисом, но и с законодательством республики, которое стремится формировать и корректировать пивную культуру белорусов (запрет на продажу пива через мелкорозничные торговые объекты, запрет распития пива в общественных местах, программа «День трезвости», незначительное ограничение продаж пива во время праздников и гуляний).

По статистике, чуть более 5% от общего объема произведенного в Беларуси пива реализуется в кегах, остальные 95% - это бутылированный напиток.[5]Этот факт говорит о том, что в республике не развита система организации торговли разливным пивом, цена которого значительно ниже бутылированного и спрос на него соответственно выше.

В целом торговая сеть, предлагающая потребителям пиво, развивается в трех направлениях: магазины; объекты общественного питания, как низкой, так и высокой ценовой категории; розничные объекты мелкорозничной сети. В магазинах и других объектах торговли уже устанавливаются специальные столики и оборудование в торговом зале, в летнее время – возле магазинов.

В создании новых объектов для торговли и распития пива заинтересованы и производители. Поэтому они готовы брать на себя немалую финансовую нагрузку по организации мест для питья пива. Пивоваренные предприятия приобретают летнее торговое оборудование (фирменные палатки, холодильные шкафы, разливные установки) для эффективной организации летней торговли.

Обращая внимание на опыт западноевропейских стран, целесообразно развивать и такое направление торговли как узкоспециализированные заведения – пивные рестораны, это позволит формировать не только спрос, но и высокую пивную культуру белорусов. На сегодняшний день в республике таких заведений насчитывается порядка 34.

Еще одной причиной спада спроса на пиво стали растущие ставки по кредитам, подорожавшая валюта, а, следовательно, и рост расходов на импортные закупки: хмель, оборудование, этикетки и некоторые виды пробок, которые вызвали повышение цен. Цена на пиво стала всего в 2-2,5 раза дешевле водки. Это способно вызывать рост потребления крепкого алкоголя.

Таким образом, существующие тенденции на внутреннем рынке пива, связанные с расширением производства, возросшим импортом, развитием системы сбыта, повышением цен на продукцию, государственным регулированием торговли и потребления, требуют развития в Беларуси инфраструктуры для реализации пива, иначе снижение продаж и спроса будет неизбежной проблемой.

Литература:

1. Государственная статистическая отчетность Белорусского государственного концерна пищевой промышленности;

2. Программа развития пивоваренной отрасли Республики Беларусь на 2006-2010 годы, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 02.02.2006 №131 (Изменения и дополнения: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 14 сентября 2006 г. № 1210);

3. Беларусь: инвестиции в перспективу [Электронный ресурс]. –Режим доступа:– <http://www.pivnoe-delo.info/2010/03/16//#more-15537>. - Дата доступа: 16.03.2010;

4. Бойко А. Комитет госконтроля предлагает ввести институт специмпортера пива с целью обеспечить прозрачность оборота продукции [Электронный ресурс]. –Режим доступа:– <http://www.b-info.by/news/2632/index11.html>. - Дата доступа: 16.03.2010;

5. Вербитская, Н. Пивной этикет/ Н. Вербитская// 7 дней. – 2010/ - №7.