



Тенденции развития отрасли производства безалкогольных напитков в Республике Беларусь





- Климатические изменения, в результате чего в некоторых регионах (Ближний Восток, северо-запад КНР, Северная Африка, южная Европа) возникает дефицит водных ресурсов в принципе, в том числе, и питьевой воды;
- неблагоприятная экологическая ситуация, загрязнение источников питьевой воды, которые являлись традиционными в регионах;
- урбанизация, развитие мегаполисов и агломераций, несовершенство материальной базы коммунального хозяйства, изношенность трубопроводов, модернизация, капитальный ремонт и замена которых требуют огромных инвестиций, которые являются «неподъемными» даже для развитых и богатых государств, в результате чего снижается качество питьевой воды, в некоторых случаях – до неблагоприятного и даже опасного для здоровья.



Факторы, влияющие на рост потребления питьевой воды в мире

aebbel.by

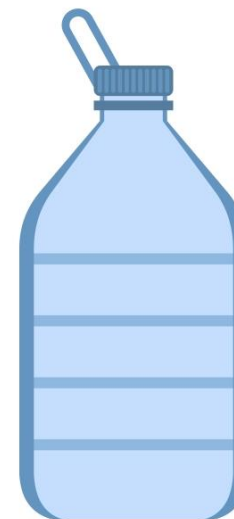
- В Европе по данным ООН около 50 миллионов жителей не имеют или обладают ограниченным доступом к чистой питьевой воде. Поэтому в среднем на каждого жителя планеты уже приходится около 100 литров потребления бутилированной питьевой и минеральной воды и приблизительно столько же – безалкогольных напитков. Причем в развитых государствах этот показатель намного выше.





- Республика Беларусь обладает одним из самых значительных запасов природной питьевой и минеральной воды в Европе.

Использование вод в млн. кубических метров



Бутилируется 330 - 350 тыс. в год



Факторы потребления питьевой, минеральной воды и безалкогольных напитков в Беларуси

aebbel.by

- относительно невысокая покупательная способность белорусских домохозяйств: по данным Беластата, доля безалкогольных напитков в потребительской корзине в 2012-2017 годах составляла 0,45-0,5%;
- в Беларуси в целом благоприятная экологическая ситуация, поэтому практически все граждане имеют доступ к чистой питьевой воде;
- в стране сложился стереотип, следуя которому большинство граждан используют водопроводную воду для удовлетворения всех бытовых нужд: от гигиенических до приготовления пищи;
- недостаточная информированность населения о качестве водопроводной воды, которая соответствует санитарным нормам, но проигрывает по качеству бутилированной воде;
- питьевая, минеральная вода и безалкогольные напитки в Беларуси не относятся к социально значимым товарам, соответственно, напрямую или косвенно отсутствуют разнообразные стимулы для увеличения доступного для населения предложения производителями и торговлей.

- Мировой рынок питьевой, минеральной воды динамично увеличивается. В том числе, и европейский, который является самым премиальным в глобальном разрезе. Он продолжил рост даже в условиях пандемии, так как повысился спрос на бутилированную воду. По прогнозам экспертов, в развитых странах рынок питьевой воды будет продолжать расти и в объеме, и в денежном эквиваленте.
- Беларусь пока не является серьезным участником международного рынка питьевой, минеральной воды. Экспортные поставки этой продукции крайне невелики по сравнению с объемами производства, а тем более, запасам, которыми обладает Республика Беларусь.





Экспортный потенциал Республики Беларусь на рынке питьевой воды

aebbel.by

- По нашим оценкам Беларусь обладает экспортным потенциалом в сегменте питьевой, минеральной воды объемом 4-5 миллиардов долларов.
- Однако на сегодняшний день положение дел в отрасли, финансово-экономическое положение ключевых производителей питьевой, минеральной воды и безалкогольных напитков не позволяет в полной мере использовать этот потенциал.





- повысить экспортный потенциал Беларуси;
- создать новые рабочие места, в том числе, и в смежных отраслях (производство упаковки, оборудования, транспортировка, логистика, маркетинг и так далее);
- значительное увеличение потребления отраслью сырья отечественного производства, прежде всего – сахара;
- повысить имидж Беларуси на международной арене, так как природная питьевая вода приобретает все большее гуманитарное, экологическое значение и этому вопросу уделяют большое внимание ряд международных организаций;



Производство питьевой и минеральной воды в стране держится приблизительно на одном уровне последние пять лет.

Производство минеральной воды находится на уровне 20-25 миллионов декалитров в год. Производство безалкогольных напитков увеличивается, но незначительными темпами.

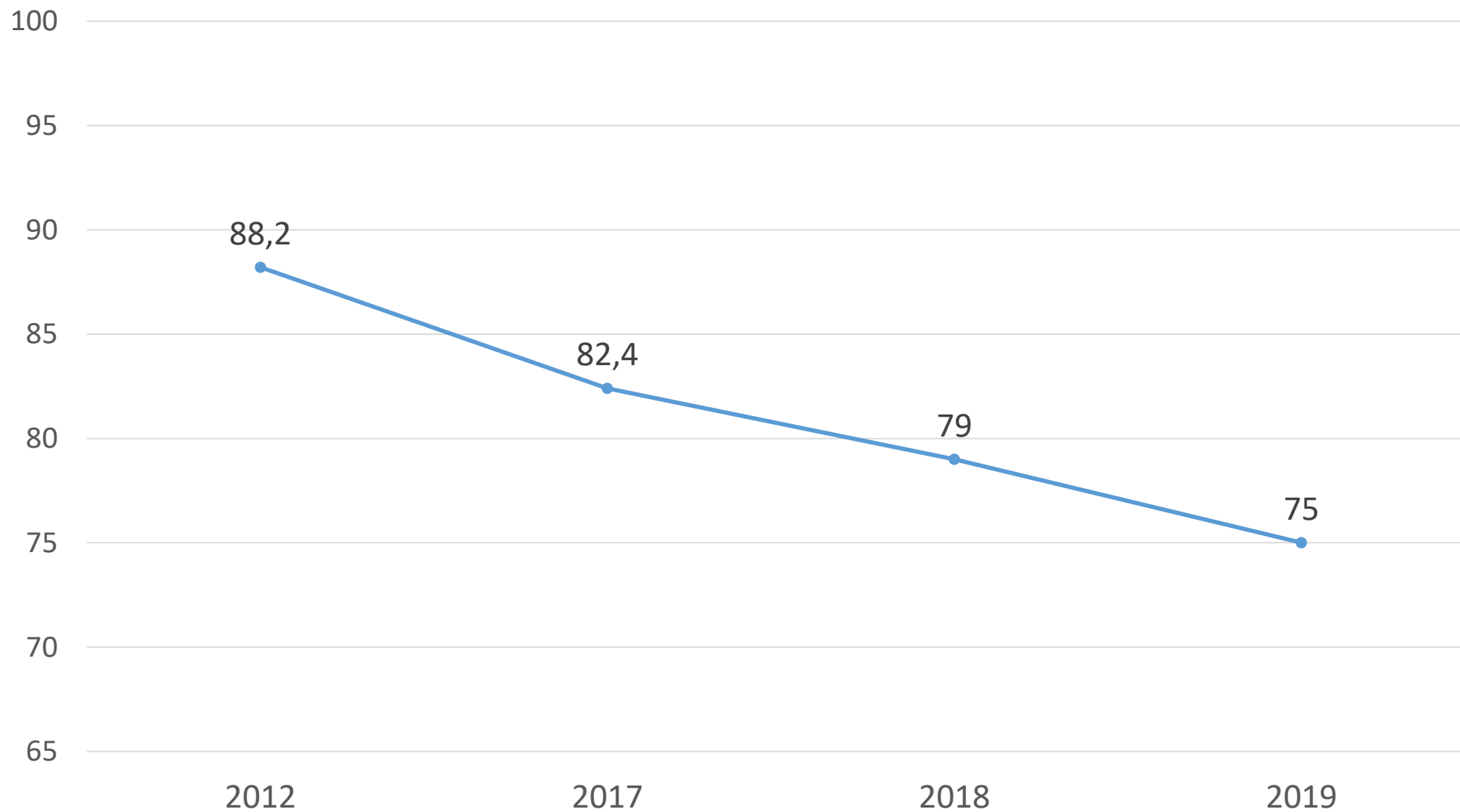
Спрос на безалкогольные напитки эластичен по фактору покупательской способности населения. Статистика показывает, что доля расходов домохозяйств на безалкогольные напитки находится приблизительно на одном уровне – 0,45-05%.

Соответственно, емкость рынка безалкогольных напитков падает вслед за снижением доходов населения.



Доля продукции белорусского производства в сегменте безалкогольных напитков в процентах

aebbel.by

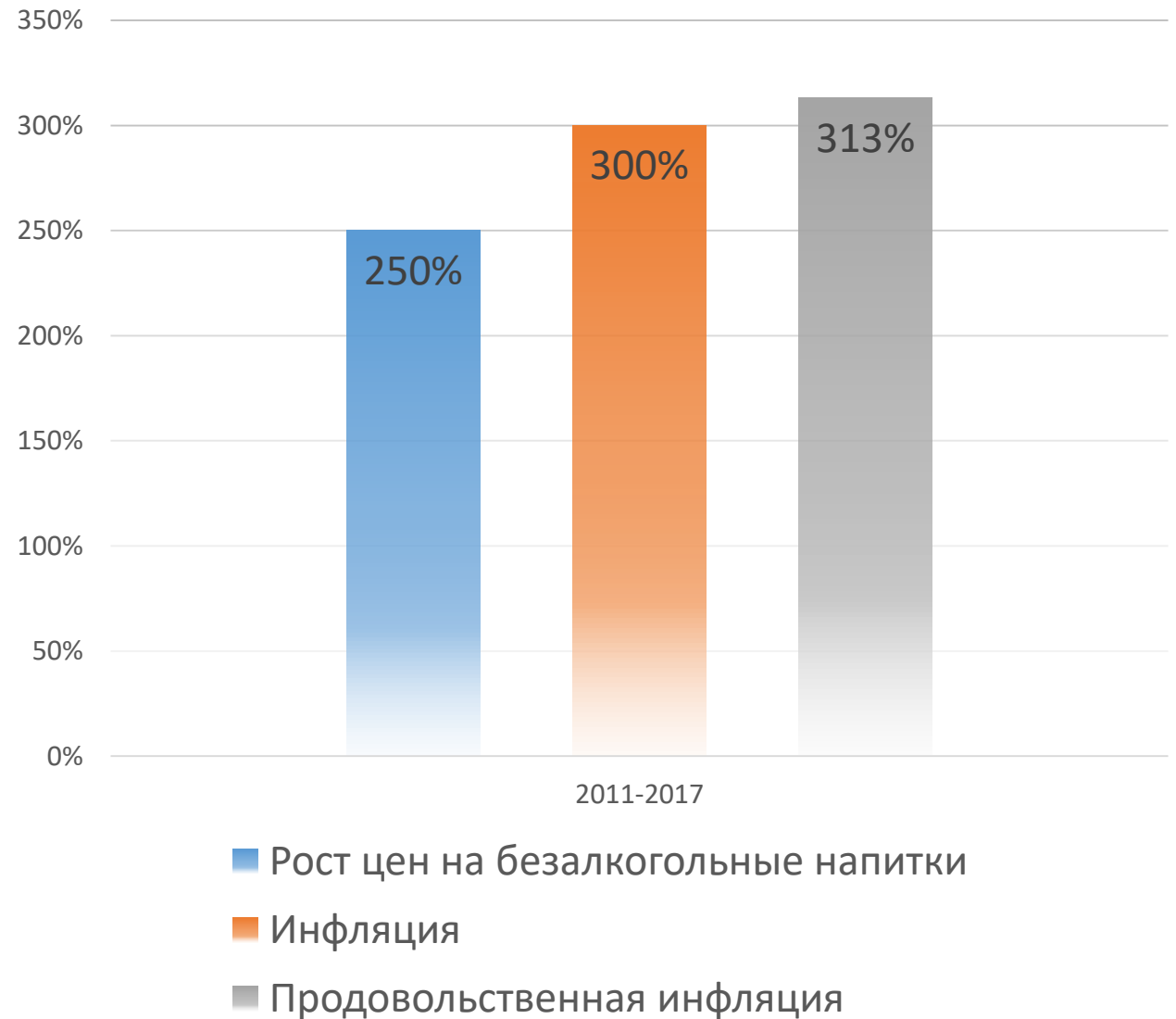




Рост стоимости безалкогольных напитков в сравнении с показателем инфляции и продовольственной инфляции

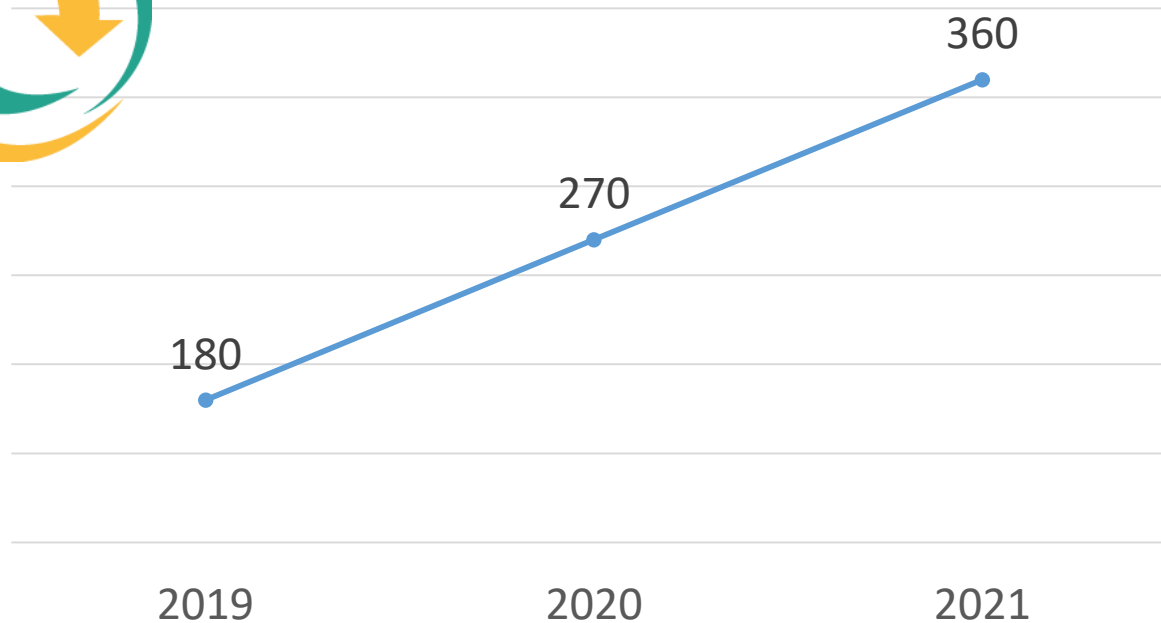
aebbel.by

Фактически, спрос на безалкогольные напитки увеличивается вместе с ростом доходов населения и снижается, если реальные доходы снижаются или «стоят» на месте. Поэтому, если посмотреть на развитие рынка в ретроспективе, рост цен на безалкогольные напитки в целом значительно отстает от инфляции.



Основные из них:

- обязательная маркировка безалкогольных напитков контрольными идентификационными знаками;
- увеличение платежей в пользу ГУ «Оператор вторичных ресурсов» в рамках расширенной ответственности компаний, выпускающей в оборот потребительскую упаковку.



Действующая редакция
Постановления Совета
Министров Республики
Беларусь от 30 июня 2020 №
388 предусматривает
повышение суммы сбора с
270 BYN до 360 BYN за тонну
отходов

В чистой себестоимости продукции доля стоимости контрольного знака может достигать до 20%.
Доля контрольного знака в себестоимости продуктов эконом-класса на порядок превышает долю в себестоимости премиальных продуктов.





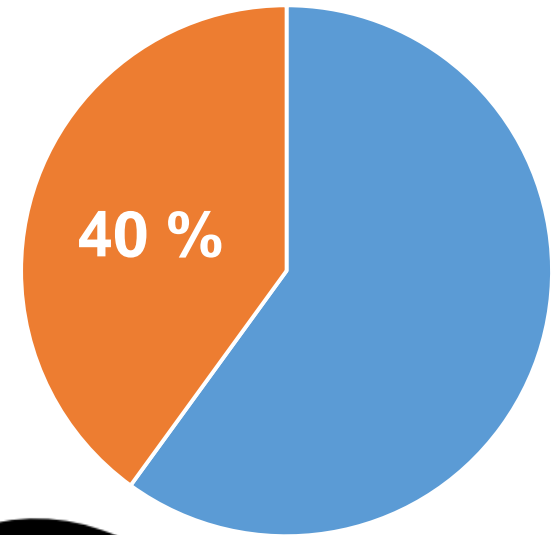
Доля налоговых и неналоговых платежей в соотношении к выручке компаний производителей напитков


aebbel.by

Предварительный анализ деятельности некоторых белорусских компаний производителей напитков показал, что в отрасли бутилированной питьевой и минеральной воды, производства безалкогольных напитков, уровень налоговых и неналоговых изъятий составляет около 40% по отношению к выручке компаний.


Объемы неналоговых платежей являются фиксированными и их действие особенно сильно сказывается на производителях в условиях тех или иных сложностях на потребительском рынке, росте издержек в отрасли.

Объем платежей в соотношении к выручке компаний





формируется имидж отрасли, как непривлекательной для инвестиций: Максимальная рентабельность отрасли бутилированной воды и производства безалкогольных напитков составляет 3-5%. Внутренний рынок обладает ограниченной емкостью, не отличается динамичным ростом и характеризуется достаточно низкой маржинальностью;



низкая маржинальность отечественных компаний и высокий уровень изъятий через налоговые и, особенно, неналоговые платежи делает отрасль производства бутилированной, минеральной питьевой воды и безалкогольных напитков достаточно рискованной, особенно в краткосрочном и долгосрочном периоде, так как правила административного регулирования отрасли изменяются несколько раз в год. Иногда весьма существенно. Высокие риски создали на рынке ситуацию, при которой способны удерживаться только крупные компании с международным капиталом или крупные национальные производители-лидеры, обладающие финансовыми возможностями, в том числе, за счет привлечения кредитного финансирования, чтобы покрывать «кассовые разрывы» из-за повышения тех или иных изъятий, издержек производства, либо падения спроса и цен, резкого снижения рентабельности.

Перечисленные выше факторы создают ситуацию, при которой у белорусских компаний, в том числе, и с иностранным капиталом, отсутствуют возможности для локализации и вывода на рынок, либо создания региональных премиальных брендов. Эту нишу, относительно низкую, но высокомаржинальную, занимают зарубежные производители, как из ближнего, так и дальнего зарубежья.

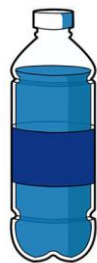
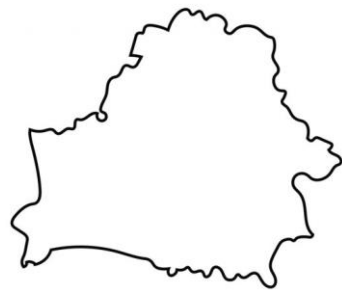
Ассортимент питьевой, минеральной питьевой воды и безалкогольных напитков существенно расширился за счет премиальных торговых марок. Причем не только из стран ЕАЭС, но и дальнего зарубежья.

Складывается ситуация, при которой белорусские производители свои финансовые и иные ресурсы тратят для конкуренции в нижнем ценовом сегменте, до минимума снижая в нем свою рентабельность, и, по объективным причинам у отечественных производителей отсутствуют средства для создания и вывода на рынок собственных премиальных брендов.

Для вывода на рынок (и внешний, и внутренний) премиальных брендов у белорусских производителей отсутствуют финансовые ресурсы для инвестиций в исследования, маркетинг, продвижение, формирование системы дистрибуции, рекламы и другие мероприятия, а также другие стимулы для долговременных инвестиций в создание премиальных брендов с высокой маржинальностью;

Существенное давление производителей из Российской Федерации, чему способствует:

- отсутствие границы;
- более низкие производственные издержки предприятий
 - Неполная загруженность мощностей;
 - Меньшая стоимость энергоресурсов;
 - Меньшие экологические платежи;
 - Отсутствие необходимости маркировки товаров контрольными знаками.



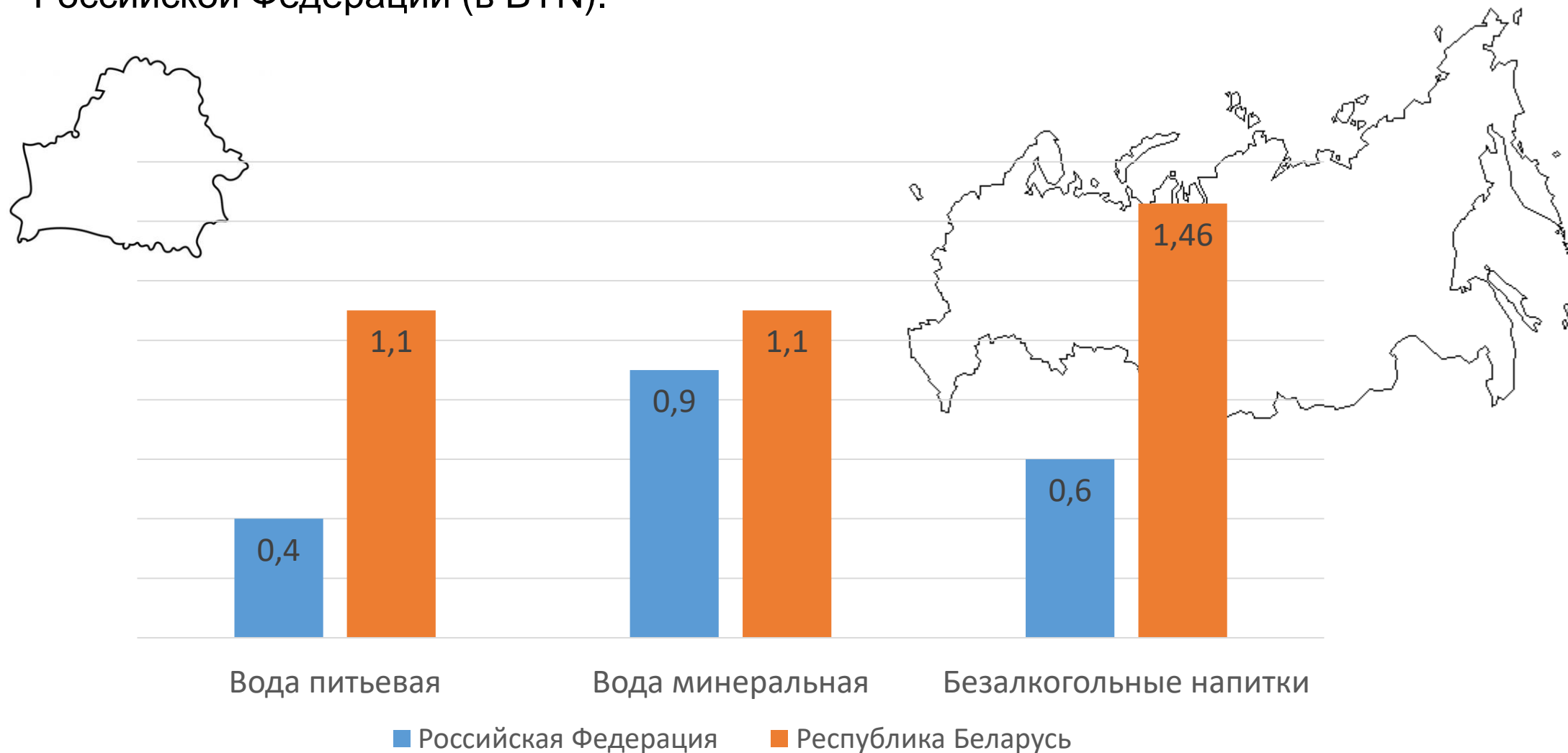
Российские импортёры могут предложить более выгодные условия:
Доля российских товаров будет увеличиваться





Негативные последствия высокой доли неналоговых платежей

Сложившаяся ситуация диспаритета цен на напитки Республики Беларусь и Российской Федерации (в BYN).



Негативные последствия высокой доли неналоговых платежей

aebbel.by

АЕВ

Усиление контроля за рынком только усугубит ситуацию, так как повысит издержки белорусских легальных производителей, соответственно, увеличит диспаритет цен с российским рынком. К такому же результату может привести любые другие меры, которые напрямую или косвенно будут увеличивать себестоимость продукции и ее розничную стоимость.

Существуют серьезные основания предполагать, что разрыв будет способствовать проникновению на белорусский рынок российской продукции. Особенно в восточных регионах страны.



Структура розничной цены бутилированной питьевой, минеральной воды, безалкогольных напитков:

10-20% - непосредственно производственные издержки (в зависимости от ценовой категории продукции);

80-90% - затраты на исследования, маркетинг, продвижение, логистику, инновации, транспортировку и другие услуги, в том числе, оплаты персонала в этих сферах деятельности. Процент выше для премиальных брендов.

Для инновационных концепций в создании и продвижении питьевой, минеральной воды, безалкогольных напитков необходимы высококвалифицированные профессионалы, за которых белорусским компаниям приходится конкурировать на региональных, а по некоторым позициям и на глобальном рынке труда. В силу ограниченных финансовых возможностей, а также относительно высокой налоговой нагрузки, значительных отчислений в Фонд социальной защиты населения, белорусские компании ограничены в возможностях привлечения высококлассных сотрудников. А персонал – один из ключевых факторов конкурентоспособности предприятия в этой отрасли.



Ассоциация Европейского Бизнеса

Тел.: +375 17 336 11 01
Моб.: +375 29 167 99 48
Адрес: Минск, ул. Тимирязева 72, офис 6001
Email: inbox@aebbel.by
Сайт: www.aebbel.by
Facebook: www.facebook.com/aebbel.by