

УДК: 663.4(574)

А.М. Казыбаева

PhD докторант Казахского экономического университета имени Т. Рыскулова,
Казахстан, г. Алматы
e-mail: aimasha_06@mail.ru

Анализ эффективности функционирования и современного состояния пивоваренной отрасли Республики Казахстан

Современные условия экономического развития и кардинальные изменения тенденций рынка пищевой продукции обуславливают необходимость создания новых подходов к управлению пищевыми предприятиями для их выживания и развития в период кризиса. Особое значение в этот период приобретают такие направления деятельности предприятия, как анализ рынка и конкурентов, постановка стратегических целей, маркетинговая поддержка товаров, инновационная деятельность, поиск и оптимизация инвестиционных ресурсов, планирование деятельности в долгосрочной перспективе с учетом будущих изменений рынка, разработка сценариев развития. Для анализа нами была выбрана пивоваренная отрасль пищевой промышленности как наиболее динамично развивающаяся. Наш выбор также определило наличие крупных международных и национальных компаний на пивном рынке Казахстана, а также высокий уровень конкуренции, что обуславливает в целом необходимость высокого уровня стратегического управления брендами.

Ключевые слова: промышленный маркетинг, анализ рынка, пивоваренная отрасль.

А.М. Қазыбаева

Қазақстан Республикасындағы сыра өндіру саласының қызмет етуі мен қазіргі жағдайының тиімділігін талдау

Экономикалық дамудың қазіргі жағдайы және азық-түлік өнімдері нарығындағы жағдайдың өзгеруі қазіргі дағдарыс кезінде күн көру мен даму үшін азық-түліктік кәсіпорындарды басқарудың жаңа әдістерін жасауды талап етеді. Осы кезеңде кәсіпорын қызметінің нарықты және бәсекелестерді талдау, стратегиялық мақсаттардың қойылымы, тауарды маркетингтік қолдау, инновациялық қызмет, инвестициялық ресурстарды іздестіру мен үйлестіру, нарықтың болашақтағы өзгерістерін ескере отырып, ұзақ мерзімді қызметті жоспарлау, даму сценарийін жасау сияқты ерекше бағыттары туындайды. Талдау үшін нарықта жақсы дамып келе жатқан азық-түлік өнеркәсібінің ішіндегі сыра саласы таңдалды. Біздің талғамымыз Қазақстанның сыра нарығындағы халықаралық және ұлттық компаниялардың көп мөлшерде бар екендігін және де бәсекенің биік деңгейін анықтады. Бұл брендті стратегиялық басқарудың жоғары деңгейі қажеттігін білдіреді.

Түйін сөздер: өнеркәсіптік маркетинг, нарықты талдау, сыра өндіру саласы.

A.M. Kazybayeva

The analysis of efficiency of functioning and a current state of brewing branch of the Republic of Kazakhstan

Modern conditions of economic development and cardinal changes of tendencies of the market of food products cause need of creation of new approaches to management of the food enterprises for their survival and development during crisis. During this period such activities of the enterprise, as the analysis of the market and competitors, statement of strategic objectives, marketing support of goods, innovative activity, search and optimization of investment resources, activity planning in long-term prospect taking into account future changes of the market, development of scenarios of development are of particular importance. For the analysis we chose brewing branch of the food industry as most dynamically developing. Our choice was defined also by existence of the large international and national companies in the beer market of Kazakhstan, and also high level of the competition that causes as a whole need of high level of strategic management of brands.

Keywords: industrial marketing, market analysis, brewing branch.

2012 год стал третьим подряд сезоном, показавшим положительную динамику производства пива в Казахстане относительно предкризисного 2007 года. Безусловно, движущим фактором развития рынка стал постепенный выход страны из кризиса. После спада производства и потребления в 2008-2009 годах, начиная с 2010, экономика Казахстана демонстрирует стабильную динамику роста.

Так, согласно данным Агентства РК по статистике, ВВП на душу населения в 2011 году составил \$11.3 тыс. По сравнению с 2007, этот показатель в долларовом эквиваленте увеличился на 68%, а в тенге – удвоился. Номинальные денежные доходы на душу населения за тот же период выросли на 50% и составили в 2011 году \$310. Тенденции роста производства и доходов продолжают и в текущем году. Кризис сократил объемы выпуска пива в 2008-2009 годах на 12%.

Но девальвация тенге, осуществленная Правительством Казахстана в этот период, остановила и агрессивный рост импорта. Последовавшее за спадом динамичное развитие казахстанской экономики создало благоприятные условия для повышения роли местных производителей. Уже в 2010 они увеличили выпуск пива на 37% относительно 2009 и на 20% по сравнению с благополучным 2007 годом. В частности, значительную роль в развитии производства 2010 года сыграла реорганизация операционной деятельности крупнейшего участника пивного рынка Казахстана – CarlsbergGroup [2].

Российская «Балтика» передала казахской Derbes права на использование товарных знаков, а также продажи и продвижения марок «Балтика» и «Невское». Поскольку «Балтика» является одним из основных импортеров пива в Казахстан, то за счет сокращения импорта произошло развитие лицензионного производства. Однако в июле 2010 года вступил в силу Договор о создании Таможенного союза между Россией, Казахстаном и Беларусью [3]. Внутри этого объединения действует соглашение о равных косвенных налогах для всех участников рынка. Ранее внутренний акциз на пиво составлял 13 тенге, а на импортную продукцию – 60 тенге за литр.

Открытие единого таможенного пространства снизило ставку акциза для российских и белорусских компаний до уровня внутренних тарифов. Уравнивание акцизов ударило по кон-

курентоспособности казахских компаний, так как у россиян себестоимость производства пива существенно ниже за счет масштабов деятельности.

В 2011 году акциз был практически удвоен. Этот шаг, вероятно, предотвратил затоваривание рынка российским пивом дешевых сортов, поскольку в премиальном сегменте рынка сглаживание разницы цен лишь укрепило позиции импорта. Повышение акцизов на 92% привело к росту цен на продукцию пивоваров. Ситуацию усугубило требование по предоставлению сопроводительных накладных в электронном виде, что отрицательно повлияло на дистрибуцию пива. Кроме того, на экономику Казахстана в 2011 году оказала негативное влияние высокая инфляция. Как следствие, в 2011 году производство сократилось на 14%, но все же, было больше 2007 года на 4%.

За 2012 год пивовары республики сварили 477 млн. литров пива, что на 15% больше выпуска за тот же период прошлого года, но все же на 2% меньше производства за 7 месяцев рекордного 2010 года. Оценка динамики производства в стоимостном выражении тесно связана с колебаниями курса тенге. Кроме того, цены на рынке пива росли в соответствии с инфляцией и под влиянием мер государственного регулирования.

В феврале 2009 года Национальный банк Казахстана планомерно понизил курс национальной валюты на 25% [4]. Резкое ослабление тенге было вызвано необходимостью сохранения золотовалютных резервов и поддержания конкурентоспособности отечественных производителей. Девальвация тенге отразилась на ценах всех групп товаров, включая продукты питания. Опережающий, на ожиданиях девальвации, рост составил 20-30%.

В этих условиях производители пива (в первую очередь, компании с иностранным капиталом) оставили отпускные цены в долларовом эквиваленте на прежнем уровне, но были вынуждены поднять их на 22% в тенге. Более всего пострадали дистрибьюторы, торгующие этим продуктом не первой необходимости, поскольку цены оптовых продаж пива снизились на 15% в местной валюте и более чем на 30% в долларовом эквиваленте. Эти меры резко уменьшили прибыль торговых организаций, но сохранили по итогам года объемы продаж казахских производителей.

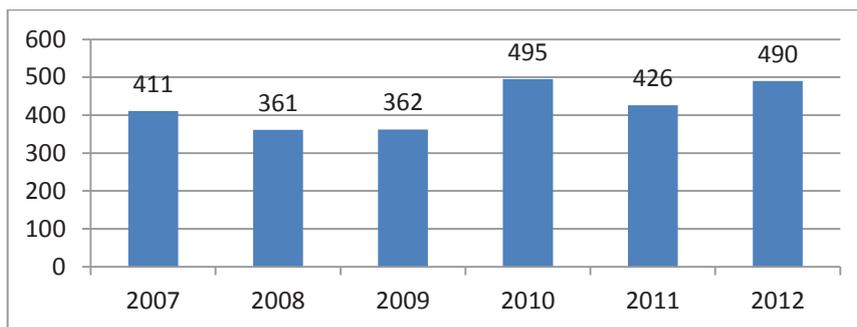
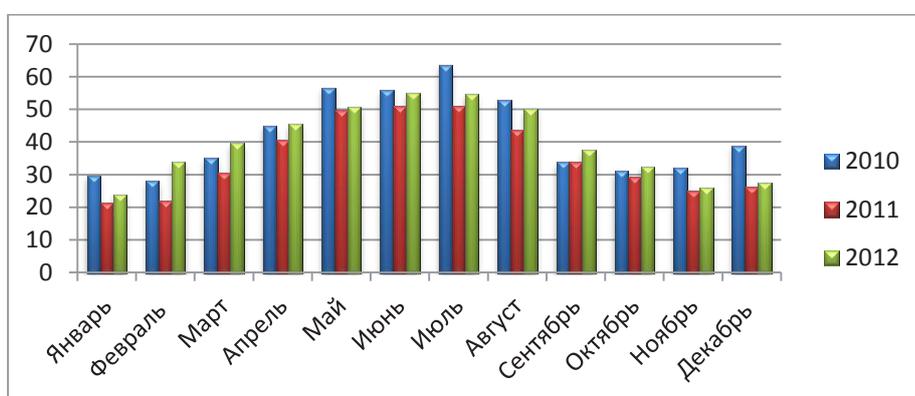


Рисунок 1 – Производство пива в Республике Казахстан, млн. литров
Примечание – составлено автором на основе источника [1]



Год	Янв.	Февр.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Август	Сент.	Окт.	Ноябрь	Декабрь
2010	29,7	28	35,2	45	56,6	55,8	63,6	52,8	33,9	31,2	32,2	38,9
2011	21,3	21,9	30,5	40,7	49,7	51,2	51,2	43,8	33,8	29,5	25,2	26,2
2012	23,9	33,9	39,6	45,6	50,8	55,1	54,7	50,2	37,5	32,5	26	27,4

Рисунок 2 – Динамика производства пива в Республике Казахстан в 2010-2012 гг., млн. литров
Примечание – составлено автором на основе источника [1]

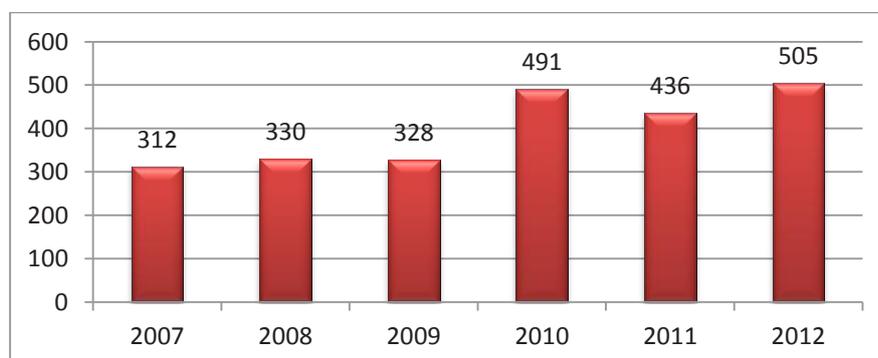


Рисунок 3 – Производство пива Республики Казахстан в стоимостном выражении, млн. долларов США
Примечание – составлено автором на основе источника [1]

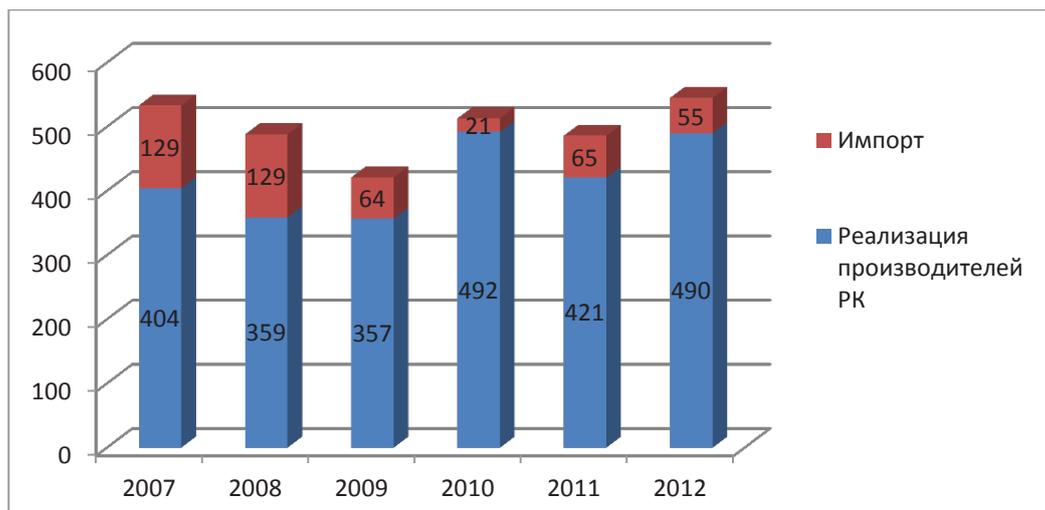


Рисунок 4 – Потребление пива в Республики Казахстан, млн. литров
Примечание – составлено автором на основе источника [1]

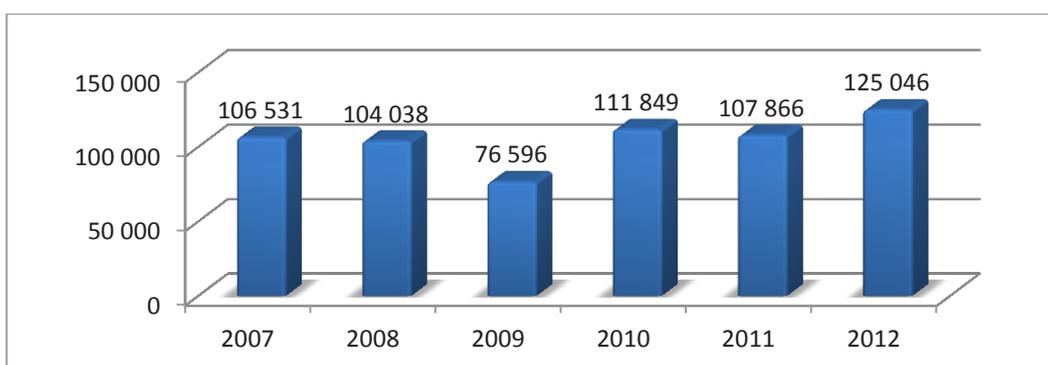


Рисунок 5 – Потребление пива в Республики Казахстан, млн. тенге
Примечание – составлено автором на основе источника [1]

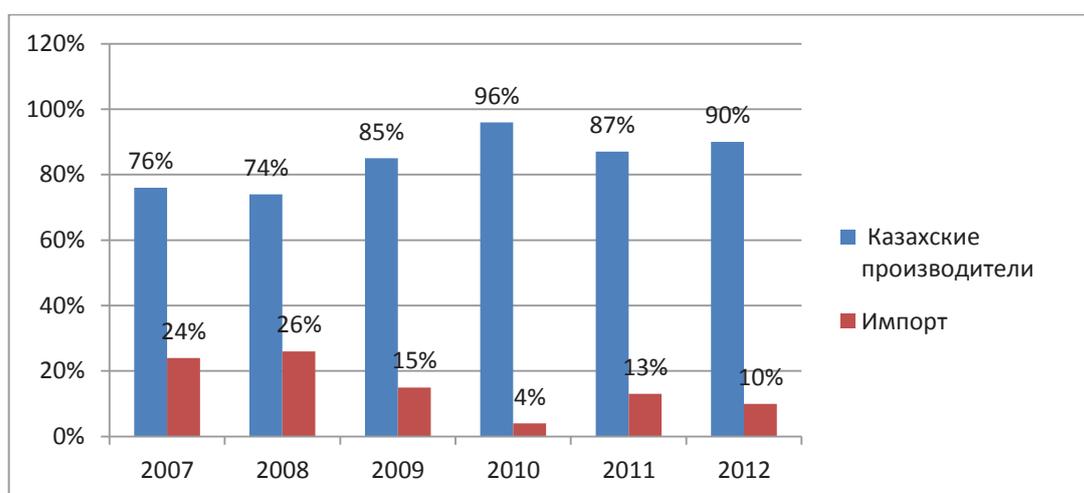


Рисунок 6 – Доля местных производителей и импорта в потреблении пива, %
Примечание – составлено автором на основе источника [1]

В январе 2010 года ставки акциза для казахских производителей поднялись с 10 тенге/литр до 13 тенге/литр, что привело к повышению отпускных цен на 9% процентов. Розничные торговцы частично восстановили свою рентабельность, увеличив цены на 20% как в долларах, так и в национальной валюте.

В 2011 году цены производителей и оптовиков выросли незначительно, на 3% и 2%, соответственно. Что же касается цен на 2012 год, пивовары заявляют о стремлении держать их на прежнем уровне. Получение прибыли и конкуренция ведутся не столько ценовыми методами, сколько за счет попыток сократить издержки. Официальный уровень инфляции на конец июля 2012 по отношению к декабрю 2011 составил 3%, скорее всего, можно ожидать повышения цен примерно на эту же цифру.

По общему объему потребленного в республике пива рекордным все еще остается 2007 год. За последний предкризисный год казахами было выпито 533 млн. литров пива. Даже в удачном 2010 объем продаж был примерно на 4% меньше, чем в 2007 году. Впрочем, данные за первые шесть месяцев 2012 года выглядят довольно оптимистично. Реализация пива за этот период на 11% превосходит объем продаж за тот же период 2011 года и на 5.5% больше количества пива, выпитого за аналогичный период 2010 года.

В развитие рынка свой вклад внесли не только большие объемы импортной продукции, но и рост потребления пива казахстанских пивоваров. За первое полугодие 2012 года отгрузки местных производителей увеличились по отношению к аналогичному периоду 2011 и 2010 годов на 11% и 5%, соответственно [5, 6].

Импорт в 2007-2008 годах занимал около четверти всего рынка. В 2009 году в связи с ослаблением тенге он замедлил динамику роста. Его доля на тот момент составляла 15%. В дальнейшем доля импорта сокращалась, а собственное производство росло. Как уже упоминалось, произошло это вследствие реорганизации предприятий, входящих в CarlsbergGroup. Доля импорта в общем объеме пивной продукции, реализованной на территории Казахстана, в 2010 году составляла около 4%, в 2011 она увеличилась до 13%, а за 6 месяцев 2012 года составила 10%.

В национальной валюте объем рынка пива вернулся на докризисный уровень в 2011, а в 2010 даже превзошел его. Но в долларовом эк-

виваленте, в связи со значительной девальвацией тенге в 2009 году и сокращением импорта, он ниже уровня 2007 года примерно на 14% и составляет, по нашей оценке, около \$0.75 млрд. Негативное влияние на потребление пива оказывает общий рост цен на основные продукты и товары. За последние пять лет в Казахстане было два года с высокими темпами инфляции.

Рост цен в 2008 опережал прогнозы девальвации национальной валюты. Повышение цен в 2011 году в значительной мере стало следствием низкого урожая предыдущего года как на мировых рынках, так и в Республике Казахстан. По представленной на графике выборке продуктов и товаров (кроме пива) увеличение цен в тенге составило 25% за 2008 и 23% за 2011 год. Рост торговых оптовых цен на пиво составил 7% за 2008 и 2% за 2011 год.

Ощутимо росла также и заработная плата. За тот же период – с 2007 по 2011 годы она увеличилась почти на 70% в тенге, или 41% в долларах, то есть примерно так же, как и в среднем выросла вся представленная на графике выборка продуктов и товаров (без пива). В декабре 2011 года среднемесячная заработная плата составляла \$614. За первое полугодие 2012 года она выросла еще на 15% и в июне 2012 года составила \$708. Несмотря на это, денежные доходы населения отстают от роста цен на продукты. Доля расходов на продовольственные товары в структуре потребления домашних хозяйств Казахстана достаточно велика и постоянно увеличивается. С 2008 года она выросла на 4.2% и составила в 2011 году 45.3%.

Поскольку темпы роста цены пива отставали от роста зарплаты, ее доля в зарплате постоянно снижалась. Таким образом, пиво становится более доступным среднестатистическому потребителю.

Самое высокое потребление пива на душу населения было зафиксировано в 2007 году. Тогда оно составило 34 литра на каждого жителя страны. С тех пор население страны каждый год увеличивалось в среднем на 270 тысяч человек, или 1.4%. Не стал исключением и 2012 год. На 1 августа текущего года население Казахстана составило 16 815 тысяч человек, что на 8.6% больше количества жителей этой страны к концу 2007 года и уже на 1.55% больше населения конца 2011 года.

По нашему мнению, перспективы роста рынка пива находятся в структуре потребления алкогольных напитков в Казахстане. Хотя количество выпитого пива на душу населения в два-три раза отстает от среднеевропейского, но вряд ли оно достигнет таких показателей, как в Европе или России из-за культурных и других исторических отличий Казахстана. Количество потребления алкоголя в пересчете на чистую единицу спирта на душу населения тоже силь-

но разнится с европейским. Если в Казахстане доля пива около 22%, то в Европе она доходит до 60-70%. Опыт других стран показывает, что по мере развития общества и роста ВВП потребление пива увеличивается. Таким образом, рост может поддерживаться изменением структуры потребления алкоголя. В течение ближайших нескольких лет среднегодовой темп роста рынка пива в Казахстане, вероятно, составит 1-5%.

Литература

- 1 Агентство Республики Казахстан по статистике (<http://stat.kz/>)
- 2 The Carlsberg Group (<http://www.carlsberggroup.com>)
- 3 Таможенный союз Беларуси, Казахстана и России: создание и отклонение торговли в Центральной Азии в 2010–2011 гг. Институт государственного управления и политики. Доклад №12, 2013 г.
- 4 ГОДОВОЙ ОТЧЕТ Национального Банка Республики Казахстан –2010 год.
- 5 Tim Bowies, Claude Carbit. “Can Scanner Data achieve their potential in Europe?” New questions, new solutions”. - Market & Research Today, May, 1997. - P. 211.
- 6 Interbrand - <http://www.brand.com>.

References

- 1 Agentstvo Respubliki Kazakhstan po statistike (<http://stat.kz/>)
- 2 The Carlsberg Group (<http://www.carlsberggroup.com>)
- 3 Tamozhennyu soyuz Belarusi, Kazakhstana i Rossii: sozdaniye i otkloneniye torgovli v Tsentral'noy Azii v 2010–2011 gg. Institut gosudarstvennogo upravleniya i politiki Doklad №12, 2013 g.
- 4 GODOVOY OTCHET Natsional'nogo Banka Respubliki Kazakhstan –2010 god.
- 5 Tim Bowies, Claude Carbit. “Can Scanner Data achieve their potential in Europe?” New questions, new solutions”. - Market & Research Today, May, 1997. - P. 211.
- 6 Interbrand - <http://www.brand.com>.