

Доклад на тему: ООО «Пивоваренная Компания «Балтика» - история развития и описание бизнеса, анализ внешней среды

Анализ конкуренции и конкурентов на пивном рынке

Компания «Балтика» (часть Carlsberg Group) — это ¹:

- Крупнейший в Европе производитель пива (занимает первое место по объему продаж в Европе; пивной бренд «Балтика» входит в тройку самых дорогих брендов России, и является единственным пивным брендом, включенным в первую десятку рейтинга «Самые ценные российские бренды 2013» (по версии Interbrand).
- Компания № 1 на российском рынке пива (с 1996 г.);
- одна из самых крупных в России компаний в сфере производства товаров народного потребления;
- значительная часть международной компании Carlsberg Group, которая инвестировала в российскую пивоваренную отрасль более 13 млрд долларов;
- 10 заводов и 2 солодовни;
- около 9 000 высококвалифицированных специалистов и профессиональных работников разных специальностей;
- крупнейший в мире экспортер российского пива, поставщик продукции более чем в 75 стран мира;
- уникальный портфель брендов, состоящий из более чем 30 известных пивных и 9 непивных марок;
- поставщик продукции в 98% торговых точек страны;

Таблица 1 - Основные события в развитии компании «Балтика»:

Год	Оборот, Млн. руб.	Основные события
1997	-	Начало региональной экспансии в компании «Балтика». Покупка контрольного пакета акций завода «Донское пиво» (г.Ростов-на-Дону).
2000 октябрь	-	Вхождение в состав «Балтики» завода «Тульское пиво» (г.Тула)
2000 ноябрь	-	Открытие крупнейшего в России «Солодовенного завода Суффле-Санкт-Петербург» (г. Санкт-Петербург)
2003	19 700 ²	Открытие двух новых заводов (в г. Самара и г. Хабаровск)
2004	23 045 ³	Открытие самого современного в России и ближнем зарубежье солодовенного производства (в г. Тула).
2007	-	Объединение компаний «Балтика», «Вена», «Пикра», «Ярпиво» в единое юридическое лицо – ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»
2008	78 750 ⁴	Открытие пивоваренного завода (в г.Новосибирск)
2008 апрель	78 750	Вхождение компании «Балтика» в Carlsberg Group. Выкуп компанией Carlsberg активов компании Scottish &

¹ Официальный корпоративный сайт ООО «ПК «Балтика». URL: www.corporate.baltika.ru

² Carlsberg A/S Full Year Results. URL: <http://www.carlsberggroup.com>

³ Carlsberg A/S Full Year Results. URL: <http://www.carlsberggroup.com>

⁴ «История ООО «ПК «Балтика». URL: <http://www.forecsys.ru/site/projects/baltika/>

		Newcastle (S&N)
2009	79 300 ⁵	Открытие новой солодовни (г. Ярославль), мощностью 110 тыс. тонн солода в год
2009	79 300	Закрытие производственной площадки в Санкт-Петербурге (бывший завод «Вена») из-за избыточности мощностей в регионе
2012 ноябрь	89 261 ⁶	Выкуп Carlsberg Group оставшихся акций у миноритарных акционеров, 100% владение акциями ОАО «Пивоваренная компания «Балтика». в году было принято решение об
2013	-	Изменение организационно-правовой формы с акционерного общества на общество с ограниченной ответственностью с целью упрощения процесса корпоративного управления компанией

Характеристика отрасли.

Рынок пива оказался под контролем пяти международных игроков ⁷:

- датская Carlsberg владеет лидером российского рынка – компанией «Балтика» (среди ее брендов – Carlsberg, Tuborg, Kronenbourg, «Балтика», «Арсенальное», «Невское», «Ярпиво» и др.);

- Anheuser-Busch InBev — международная пивоваренная корпорация, крупнейший в мире производитель пива (бренды – Budweiser, Stella Artois, «Сибирская корона», «Клинское», «Толстяк» и др.);

- нидерландская пивоваренная компания Heineken – третий в мире производитель пива (марки – Heineken, Amstel, Edelweiss, BUD, Guinness Foreign, «Бочкарев», «ПИТ», «Охота», «Степан Разин», «Три медведя» и др.);

- британская SABMiller plc. – второй по величине пивоваренный концерн в мире (бренды – Velcorovicky Kozel, Amsterdam, Holsten, «Золотая Бочка», «Три Богатыря», «Жигулевское»);

- турецкая Anadolu Efes (Efes Philsner, Zlatopramen, «Старый Мельник» и др.) – 10 процентов.

По данным Nielsen, на Carlsberg, InBev, Heineken, SABMiller plc. и Efes Rus приходится 86,4% розничных продаж (по состоянию на 2011 год)⁸.

В период с 2010 по настоящее время государством планомерно вводятся ограничения, которые негативно влияют на пивоваренную отрасль (доклад Президента ООО «ПК «Балтика» на конференции Совета Союза Российских Пивоваров)⁹:

- Ограничения, налагаемые на производство, продажи и рекламу
- Запрет продаж в киосках (01.01.13)
- Ограничение времени продаж (разрешены только с 8.00 до 23.00) (01.01.13)
- Ограничение несоложенных материалов в производстве пива не более 50% (01.07.12), не более 20% (01.01.13)
- Дополнительное контролирующее оборудование (01.01.13)
- Ограничения для рекламных акций (23.07.12)
- Запрет рекламы на телевидении, радио, наружной рекламы и т. д. (23.07.12)
- Запрет рекламы на первых и последних страницах газет и журналов (23.07.12)
- Запрет рекламы на всех видах общественного транспорта (23.07.12)

⁵ <http://piters.in/pivo/> (данные за 2010 год)

⁶ http://www.top20brands.ru/ru/brand/brand_baltika.html

⁷ <http://pivoinfo.ru/rossijskij-rynok-piva-obzor/>

⁸ <http://www.foodnewsweek.ru/beer/prodazhi-piva-upali.html>

⁹ http://www.beerunion.ru/presentation/Sheps_RUS.pdf

- Запрет рекламы в Интернете (с 23.07.12)
- Запрет рекламы в печатных СМИ (с 01.01.13)

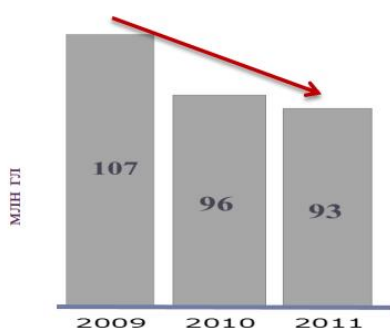
Повышение акциза на пивоваренную продукцию:

- 200% рост акциза на пиво (2010)
- Планируется дальнейший 100% рост акциза на пиво (2011-2015)
- Ограничения, вводимые Техническим регламентом на производство и

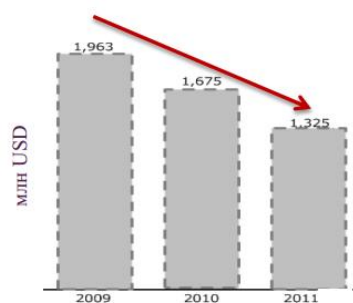
оборот алкогольной продукции:

- Запрет пластиковой упаковки для пива
- Чрезмерные требования к рецептуре
- Чрезмерные требования к маркировке
- Чрезмерные требования к процедуре уведомления

Всего, по данным "Ростата", объем производства пива в стране в последние годы неуклонно снижается. В 2009 г. было выпущено 109 млн. гл, в 2010 — 98 млн. гл, в 2011 — 99 млн. гл, в 2012- 98 млн. гл, в 2013 — 89 млн. гл.¹⁰



Отрасль показывает падение на 18% в 2009-2011 гг



Историческая эволюция: показатель EBITDA* российского рынка пива до 2009 года показывает рост, затем начинается драматическое падение



Источник: Росстат

Источник: Bain & Company

Рисунок 1 – Состояние пивоваренной отрасли в период с 2009 по 2011 год

Источник: доклад Президента ООО «ПК «Балтика» Исаака Шепса на конференции Совета Союза Российских Пивоваров, 2012.

Анализ конкуренции и конкурентов на пивном рынке

По данным исследования РБК, на протяжении с 1998-2013 г., рынок пива играл существенную роль в российской экономике, составляя более 1,5 % от общего товарооборота страны.¹¹ Согласно оценкам экспертов TEBIZ GROUP,¹² объем рынка пива за последние несколько лет имел как отрицательные, так и положительные темпы развития: от -9,6% до 1,1% в год. В целом же динамика отрицательная, с 2008 года объем продаж пива упал более чем на 1,5 миллиарда литров. Стоит отметить, что на

¹⁰ http://rostov.rbc.ru/rostov_topnews/04/06/2014/928507.shtml

¹¹ РБК. Анализ пивной отрасли РФ 2013 г. - [электронный ресурс] - <http://www.rbc.ru/research/12234234>

¹² TBZ. Group. Обзор рынка пива -[электронный ресурс] - <http://tebiz.ru/news-mi/news-marketbeer-1.php>

внутреннем рынке превалирует отечественная продукция, доля товаров российского производства оценивается в величину 96,8%.

В пивоваренной отрасли насчитывается 760 предприятий, из них 330 крупных (свыше 6 млн. дал. в год), остальные средней и малой мощности.¹³ К числу важных тенденций в 2012-2014 г. в отрасли можно отнести консолидацию пивоваренного рынка путем осуществления крупномасштабных слияний. Главные причины этого – ощутимое повышение цен на основное сырье (пивоваренный ячмень, солод и хмель), а также тароупаковочные материалы. В результате объединений шесть крупных компаний контролируют 90 % российского рынка пива: Балтика (39,1%), Inbev (17,7%), Heineken (12,1%), Efes (9,7%), SABMiller (7,0%) (диаграмма 1).

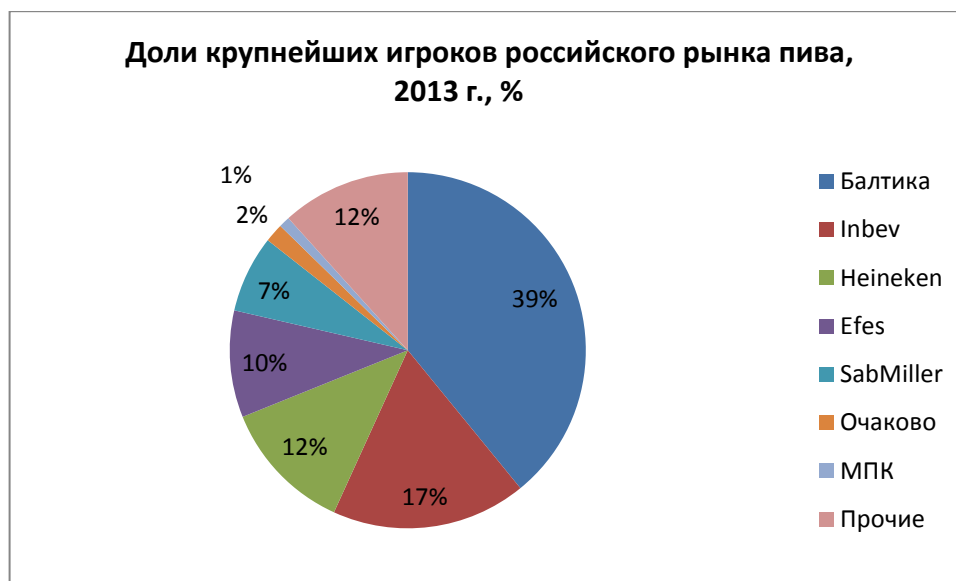


Диаграмма 1. Доли крупнейших игроков российского рынка пива, 2013 г., %

Источник: TBZ. Group. Обзор рынка пива 2013

¹³ Осина Г.И. Состояние рынка пива и безалкогольной продукции - [электронный ресурс]- <http://economics.open-mechanics.com/articles/302.pdf>

Таблица 2 – Основные характеристики рынка и пивной продукции

	Описание текущей ситуации	Прогноз тренда
Рост рынка	Быстрая фаза роста российского рынка пива закончилась. Насыщение рынка произошло между 2009-2010 г., по оценкам экспертов РБК.	Эксперты пивного рынка прогнозируют медленный рост рынка после 2013 г., основной потенциал развития рынка - рост бизнеса пивоваренных компаний в регионах. Например, пивной рынок в Сибири развит значительно слабее, чем в Центральном и Северо-Западном регионах, и в отличие от этих регионов, пока не достиг порога насыщения. ¹⁴
Дифференциация продукции	Почти все пивоваренные заводы имеют более или менее <u>одинаковый ассортимент</u> . Это, как правило различные типы пива, слабоалкогольных напитков, энергетических напитков, сидра, кваса.	Общей тенденцией на рынке является разработка новых ароматов и вкусов пива с акцентом на "домашнее", «разливное» и «авторское» пиво.
Ценовые различия	<u>Компании на рынке работают в разных сегментах:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Эконом • Средний • Премиум Почти все у ведущих компаний есть продукты во всех ценовых сегментах.	Сегодня россияне начинают потреблять больше и больше пива в барах, кафе, ресторанах. Сегмент <u>HoReCa активно развивается на рынке. Наиболее быстро</u> развивается эконом сегмент.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По итогам доклада можно сделать следующие выводы:

- ООО «ПК «Балтика» является крупнейшим производителем пивной продукции не только на российском рынке, но и в Европе;
- В период с 1997 по 2008 гг. «Балтика» проводила региональную экспансию, в результате чего приобрела или заново отстроила 9 пивоваренных заводов;
- Что касается пивной отрасли в России в целом, то можно отметить, что на ней существует 5 ключевых игроков, которые совокупно занимают долю рынка, приблизительно равную 80%;
- В целом государство проводит довольно жесткую политику по отношению к пивной отрасли. Результаты действия издаваемых с 2008 года, касаемых ограничения рекламы и продажи пива привело к снижению совокупного объема производства и продаж;
- Сам рынок пива можно оценить как прошедший стадию роста и плавно переходящий в стадию зрелости.