

## Форумы

## Под градусом сомнений

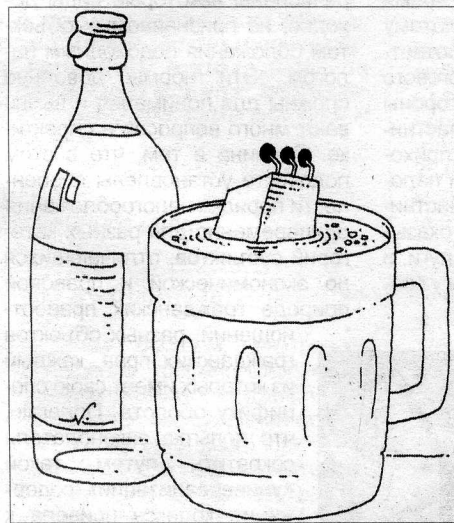
**Утверждение единых правил оборота алкогольной продукции в ЕЭП грозит сделать белорусский рынок уязвимым перед незаконно произведенной в России водкой. Есть также сомнения в способности наших предприятий успешно конкурировать с крупными иностранными производителями. Такие опасения были высказаны участниками 2-го бизнес-форума «Алкогольный рынок Беларуси», прошедшего недавно в Минске.**

По некоторым данным, сегодня доля «серой» водки в общем объеме производства РФ достигает 40%. А потому с учетом ее высокой ценовой конкурентоспособности отечественным ликеро-водочным заводам будет крайне сложно соперничать в условиях общего с Россией рынка.

Удар может оказаться еще более болезненным, если учесть, что в последние годы благодаря жестким протекционистским мерам государства внутри страны была создана практически бесконкурентная среда, особенно в сегменте водки, — по данному продукту отечественные производители заняли 99,6% рынка республики. «Закрытие рынка по водке привело к самоуспокоенности наших предприятий. Конкурируем только между собой», — констатировал заместитель начальника управления внешнеэкономических связей, торговли и маркетинга Белгоспищепрома Сергей Загородный. Он выразил опасение, что после снятия торговых барьеров между странами ЕЭП с рынком водки будет то же самое, что и с пивом, треть которого занял импорт.

Напомнил С.Загородный и о грядущем росте конкуренции со стороны продукции из третьих стран: выполняя свои обязательства перед ВТО, Россия начнет снижать ввозные пошлины на алкогольную продукцию. Так, по виноградным винам пошлины уменьшатся в 1,6 раза, с 20% до 12,5%, при этом ставки для бутылированного вина уравниваются со ставками для виноматериалов. Заметим, это значит, что белорусские заводы, наладившие розлив европейских и американских вин, потеряют нынешнее 5-процентное

преимущество в пошлинах по сравнению с их зарубежными конкурентами. По вермутам ставки снизятся в два раза (до 10%), по крепким алкогольным напиткам — с 2 EUR/л до 1,5 EUR/л.



«Надо думать о повышении качества и расширения линейки, снижении издержек, надо производить лицензионную продукцию, искать новые рынки», — дал совет чиновник. Так, в Белгоспищепроме одним из выходов по сохранению объемов производства видится наращивание экспортных поставок алкогольной продукции. Пока отрасль не особо преуспела в этом деле, несмотря на существование правительственных заданий. К примеру, по водке основной объем экспорта сосредоточен на относительно небольшом рынке стран Балтии, где к тому же сформировались достаточно низкие цены, ограничивающие рентабельность продаж. А вот на емкий российский рынок пока пробиться только два производителя

— РУП «Витебский ликеро-водочный завод» (ТМ «Придвинье») и СООО «Завод виноградных вин «Дионис» (водка «Бульбашь»).

Как полагает директор ООО «БеларусьАлко» (Россия) Сергей Аронов, продвижению белорусской алкогольной продукции в России мешает неспособность наших производителей (а это в основном госпредприятия) приспособиться к условиям российского рынка. Ключевым, по его мнению, является умение зацепиться за федеральные сети, что требует больших капиталовложений, а также гибких форм оплаты. Однако наши государственные производители не решаются на такие шаги, опасаясь санкций со стороны контролирующих структур.

Бизнесмен предлагает входить на полку сетей с наиболее ликвидной продукцией вроде сахара и соли (поскольку эти товары дают хорошую оборачиваемость, их согласны брать без проплаты «входного билета»), а полученную прибыль инвестировать в продвижение других товаров вроде алкогольной продукции. Соответствующее предложение С.Аронов сделал концерну «Белгоспищепром». Он также полагает целесообразным реализовывать белорусскую алкогольную продукцию под каким-нибудь единым брендом на российском рынке, что должно, по его мнению, сократить общие маркетинговые издержки.

Следует обратить внимание и на другие перспективные страны для сбыта, убежден руководитель исследовательских проектов ASCREEN Research Алексей Юзвяк. Ведь глобальному рынку алкоголя свойственен один общий тренд — потребители разных стран все меньше пьют национальных напитков и все больше — экзотических. Поскольку наша водка в диковинку многим покупателям, к примеру, из

## СПРАВКА «ЭГ»

По данным Белстата, в нашей стране в январе–мае 2012 г. произведено 113 тыс. дал коньяка, 6 356 тыс. дал водки и питьевого спирта, 589 тыс. дал вин игристых, 993 тыс. дал — виноградных, 5 179 тыс. дал — напитков ферментированных, включая плодовые вина. В то же время в январе–мае 2012 г. через розничную (торговую) сеть в республике реализовано алкогольных напитков и пива на 5,8 трлн. Br — 10,4% розничного товарооборота торговли. В частности, за 5 месяцев т.г. в республике реализовано 4920,6 тыс. дал водки (на 7,5% больше, чем годом ранее), 577,7 тыс. дал вин игристых, включая шампанское (+17,6%), 832 тыс. дал ликеро-водочных изделий (на 1,3% меньше, чем в январе–мае 2011 г.), 1211,6 тыс. дал виноградных вин (-6,4%), 4766,1 тыс. дал плодовых вин (-29,9%), 95,7 тыс. дал коньяка, коньячных напитков и бренди (-33,9%). Всего же реализация алкогольных напитков и пива в абсолютном алкоголе сократилась в январе–мае т.г. по сравнению с аналогичным периодом 2011 г. на 6%. Возможно, сказалось то обстоятельство, что за 5 месяцев т.г. алкогольные напитки подорожали на 25,3%, а по сравнению с маем 2011 г. — более чем в 2,4 раза.

Юго-Восточной Азии, и потребление алкоголя на душу населения в этом регионе планеты растет, почему бы не попробовать увеличить туда экспорт 40-градусной.

Впрочем, некоторым представителям алкогольной отрасли сегодня уже не до экспорта, ресурсов не хватает не то что на маркетинговое продвижение продукта за границей, а даже на простое воспроизводство. Речь идет о производителях плодово-ягодных вин, которые в прежние годы не без основания прозвали «плодово-выгодными» и которые сегодня приносят одни убытки. Планы правительства по сокращению квот на выпуск этого продукта усугубляют инициативой местных властей. По словам директора РУП «Толочинский консервный завод» Анатолия Ануховского, некоторые исполкомы, пользуясь телефонным правом, попросту запрещают магазинам торговать плодово-ягодными винами. Руководитель полагает, что подотрасль виноделия пала жертвой лобби ликеро-водочных предприятий, ведь сокращение потребления плодово-ягодных вин быстро трансформировалось в рост потребления крепких спиртных напитков. За 4 месяца продажи водки в Беларуси увеличились на 9,7%, до 4,1 млн. дал.

Сегодня государство, являясь собственником большинства популярных винзаводов, начинает передавать их на баланс бо-

лее финансово устойчивых предприятий отрасли. А ведь средства, направляемые на покрытие убытков этих предприятий, могли бы быть инвестированы в собственное развитие «доноров», в продвижение товаров в РФ и других регионах.

Создание единого рынка алкогольной продукции в ЕЭП создаст почву для прихода в Беларусь крупных транснациональных корпораций. И поскольку у страны нет четких планов приватизации алкогольной отрасли, скорее всего, у нас ТНК выступят не в статусе инвесторов, а в роли конкурентов для белорусских товаров. Эта проблема особенно волновала участников форума. Ведь если перед «самопальной» водкой из РФ худо-бедно можно выставить кордон в лице контролирующей структур, то протекционистский инструментарий с переходом на единые правила передвижения товаров и капитала в ЕЭП изрядно сокращается. Участники форума усомнились в том, что государству, которое сегодня является основным собственником активов алкогольной индустрии, хватит сил и ресурсов конкурировать с частным капиталом и опытом ТНК. А потому, по их мнению, назрела необходимость перевода собственности в частные руки.

Алесь ГЕРАСИМЕНКО