

А. А. БУБЕН

МИРОВОЙ РЫНОК АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ: СТРУКТУРНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ, РИСКИ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ

В статье определяются особенности развития рынка алкогольной продукции в условиях усиления кризисных проявлений в мировой экономике, обусловленных, в том числе, и влиянием пандемии COVID-19 на страны и регионы мира. На основе анализа статистических данных выявляются специфические факторы, проблемы и риски, оказывающие влияние на развитие национального и регионального рынков алкогольной продукции. Определяются основные направления преодоления экономических последствий кризиса в Республике Беларусь, включающие систему мер стимулирующего (оптимизация производственных мощностей, расширение географии и увеличение объемов экспортных поставок алкогольной продукции, повышение конкурентоспособности выпускаемой и появление инновационной алкогольной продукции) и сдерживающего (сохранение доли отечественной алкогольной продукции и защита внутреннего рынка от импорта, ликвидация неэффективно работающих мощностей) характера.

Ключевые слова: мировой товарный рынок; национальный и региональный рынок алкогольной продукции; регулирование рынка; конкурентоспособность.

УДК: 339.13 + 339.9

Введение. К числу наиболее динамично развивающихся сегментов мирового товарного рынка можно отнести рынок алкогольной продукции. Данный рынок является специфическим, но имеет особое значение для национальной экономики. Прежде всего, это связано с характером самой алкогольной продукции, реализация которой оказывает как позитивное, так и негативное влияние на экономику и социальную сферу. С одной стороны, рынок алкогольной продукции является одним из важнейших источников доходов государства, его рост приводит к увеличению поступлений в бюджет, с другой — проявляются негативные последствия, связанные с чрезмерным потреблением алкогольных напитков, которые отрицательно могут отразиться на дальнейшем социально-экономическом развитии стран.

Мировой рынок алкогольной продукции в последние несколько лет характеризовался стабильным спросом и высокими доходами. Но в то же время данный рынок крайне чувствителен к любым мировым изменениям, касающимся не только самого товара или сырья, необходимого для его производства в целом, но и общемировых тенденций как в социальной и гуманитарной сферах, так и в сфере здравоохранения. Именно мировая ситуация и общемировые тенденции определяют во многом современное состояние и перспективы развития национального рынка алкогольной продукции. Усиление общемировой тенденции взаимосвязанности рынков отдельных стран и образование региональных рынков в рамках общемирового глобального рынка обуславливают необходимость активной внешнеэкономической деятельности на нем хозяйствующих субъектов Республики Беларусь.

Анатолий Анатольевич БУБЕН (concern@bgr.by), кандидат экономических наук, председатель Белорусского государственного концерна пищевой промышленности «БЕЛГОСПИЩЕПРОМ» (г. Минск, Беларусь).

Основная часть. Мировой рынок алкогольных напитков относится к сектору нециклических потребительских товаров и, как правило, имеет хорошую защиту от резких падений рынка в случае экономического спада, что обеспечивается за счет роста населения мира и располагаемого дохода в развивающихся странах. Однако в последнее десятилетие мировой рынок алкогольной продукции сопровождаются серьезными структурными изменениями, связанными как с последствиями экономического кризиса, так и влиянием пандемии COVID-19. Результатом их влияния стало сокращение объема глобального рынка на 6,2 %, и ряд серьезных изменений, среди которых можно выделить следующие.

Во-первых, сокращение в целом потребления алкогольных напитков в мировых масштабах. 47 % алкогольных брендов, вошедших в рейтинг миллионеров, показали снижение в 2020 г. При этом происходит рост рынка крепкого алкоголя с перераспределением объемов потребления в пользу премиум-продуктов. Пятерка мировых лидеров по производству крепкого алкоголя в наиболее престижной категории «премиум» остается практически неизменной и выглядит следующим образом: Diageo, Pernod Ricard, Baccardi, Brown-Forman и Beam Global. Среди самых успешных премиальных алкогольных брендов безоговорочным лидером является водка Smirnoff (Diageo), ром Bacardi, виски Johny Walker (Diageo), водка Absolut (Pernod Ricard), виски Jack Daniels (Brown-Forman).

Однако на современном рынке в лидеры выходят производители из развивающихся стран (прежде всего, стран Азии) с малоизвестными на весь мир продуктами. Так, лидером The Millionaires Club-2021 является региональный корейский бренд Jinro — национальный алкогольный напиток соджу. В 2020 г. компания Hite-Jinro выпустила свыше 95 млн девятилитровых кейсов этого напитка, что на 10 % больше, чем в 2019 г. В первую пятерку, как и год назад, хотя и продемонстрировав серьезное снижение объемов, вошли филиппинское бренды Emperador (23,6 млн девятилитровых кейсов, снижение по сравнению с 2019 г. — 10 %), индийский виски Officer's Choice (20,8 млн, снижение более 32 %).

Среди дочерних брендов больше всего напитков выпускают Smirnoff и Absolut (см. таблицу).

Мировые лидеры по объемам продаж по итогам 2020 г. [1]

№ п/п	Бренд	Собственник	Категория	2019 г.	2020 г.	+/-, %
1	Jinro	HiteJinro	Соджу	86,3	95,3	10
2	Ginebra San Miguel	San Miguel	Джин	28,9	31,2	8
3	Mc Dowell's No.1	Diageo/United Spirits	Индийский виски	30,7	25,7	-16
4	Tanduay	LT Group	Ром	20,5	23,9	17
5	Emperador	Emperador Distillers	Бренди	25,1	23,6	-6
6	Smirnoff	Diageo	Водка	25,6	23,0	-10
7	Imperial Blue	Pernod Ricard	Индийский виски	26,3	21,3	-19
8	Officer's Choise	Allied Blenders&Distillers	Индийский виски	30,6	20,8	-32
9	Royal Stag	Pernod Ricard	Индийский виски	22,0	18,5	-16
10	Bacardi	Bacardi	Ром	17,8	17,7	-1
....						
125	Bulbash	Bulbash Zavod	Водка	1,3	1,4	8
150	Svayak	JSC Minsk Grape Wines Factory	Водка	1,3	1,0	-23

Согласно ежегодному рейтингу топ-100 мировых брендов крепкого алкоголя, опубликованному американским отраслевым изданием *Impact*, в 2020 г., как и в предыдущие годы, лидером среди водочных брендов по-прежнему является Smirnoff (производитель — Diageo), объемы продажи которого по итогам года составили 23 млн дал (в 2019 г. было продано 25,6). Следует отметить 125-е и 150-е место соответственно бренда «Бульбашь» (13 место в рейтинге в 2020 г. среди самых быстрорастущих водочных брендов мира, + 4 %) и «Сваяк».

Во-вторых, рынки некоторых стран и регионов даже в кризисный и посткризисный периоды динамично развиваются. Среди перспективных, быстрорастущих алкогольных рынков мира: Китай, Вьетнам, Бразилия, Индия и Россия. А если говорить о регионах, то это Азия, Центральная и Восточная Европа, Южная Америка. Причем в этих регионах растет доля премиального сегмента во всех категориях без исключения: шотландский виски с выдержкой 12 лет и больше, французские коньяки и водки высшей категории.

В-третьих, происходят серьезные изменения в структуре рынка и потреблении товаров, включающие: а) сокращение производства крепких алкогольных напитков, при росте продаж виски. Причем наилучшую динамику демонстрируют не американские или шотландские производители, а индийцы; б) появление новых сегментов рынка. Развивается в двух направлениях тенденция популярности фруктовых вкусов — добавление фруктовых ингредиентов или же придание разнообразных вкусов с помощью ароматизаторов; в) формирование производства по «локальным» направлениям — «зеленые», экологически дружелюбные вина. Ведущими рынками органических вин по состоянию на 2019 г. стали Франция, Германия, США, Великобритания, Швеция и Япония; г) рост бесконтактных покупок, обусловленный увеличением спроса на безопасную продукцию в условиях пандемии; д) рост спроса на необычный ассортимент, так, поляризовались сегменты ЗОЖ: вырос процент ЗОЖ-активистов, равно как и тех, кто не является приверженцем ЗОЖ. И если раньше существовала некая «прослойка», то сейчас люди определились, к какому сегменту они себя относят.

В-четвертых, на фоне кризисных проявлений в мировой экономике и особой значимости данного рынка для бюджета многих стран происходят изменения в государственной политике регулирования рынка алкоголя в пользу роста ее эффективности. Государство вводит более «либеральные» условия для производителей, продавцов и потребителей, разрешается рекламная деятельность предприятий алкогольной продукции, а пандемия явилась отправной точкой для роста онлайн-продаж. При этом во многих странах сохраняется полный контроль (монополия — 12 стран) или частичный контроль (лицензионная система — 80 стран) в производстве и обороте алкогольной продукции с целью сохранения социального здоровья общества. В целом же критерием эффективности формы государственного контроля в сфере производства и оборота алкогольной продукции принимается наиболее низкий уровень смертности и нелегального объема потребления.

Влияние общемировых тенденций сказывается и на развитии национального алкогольного рынка. Прежде всего, это связано с тем, что объемы производства Республики Беларусь значительно превышают объемы внутреннего рынка, т. е. изначально национальное производство ориентировано на экспорт. В этой связи усиление позиций национальных производителей на внешних рынках является первостепенной задачей. В то же время в современном мире особенно важно, чтобы производимый предприятием товар или оказы-

ваемая им услуга пользовались спросом на рынке, а удовлетворение определенных потребностей покупателей благодаря приобретению данного товара или услуги приносило прибыль и повышало полезность для потребителя.

Для Республики Беларусь проблема борьбы с негативными последствиями стоит достаточно остро, в том числе и потому, что, по данным Всемирной организации здравоохранения, она находится в числе лидеров в рейтинге стран мира по уровню потребления алкоголя на душу населения (рис. 1).

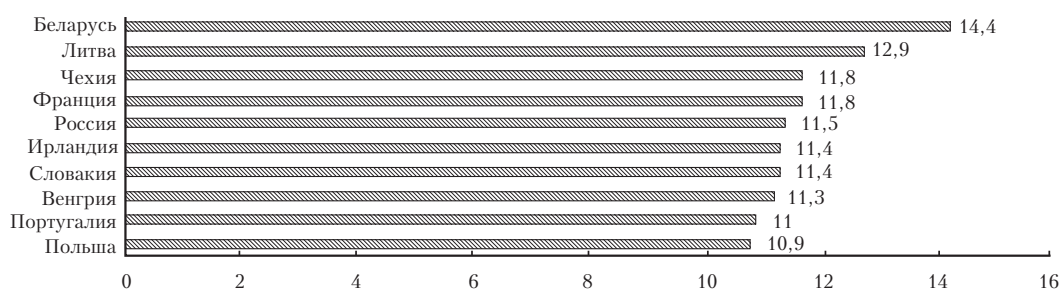


Рис. 1. Рейтинг стран мира по уровню потребления алкоголя (л на душу населения), 2020 г. [2]

Развитие рынка алкогольной продукции Республики Беларусь в целом происходит в русле тенденций мирового рынка:

- потребительские предпочтения смещаются в пользу более здорового образа жизни, а рынок алкогольных напитков меняют в сторону продуктов более высокого качества;

- наблюдается рост доли премиальных продуктов;

- отмечается нацеленность производителей создать инновационные продукты или новые вкусы уже хорошо зарекомендовавших себя брендов для привлечения новых потребителей и привлечения более молодых потребителей (например, зельцеры на рынке США).

Все это сформировало устойчивую тенденцию к изменению структуры национального рынка алкогольной продукции (рис. 2) в направлении роста потребления вина и пива, снижения потребления крепкого алкоголя при росте премиум сегмента.

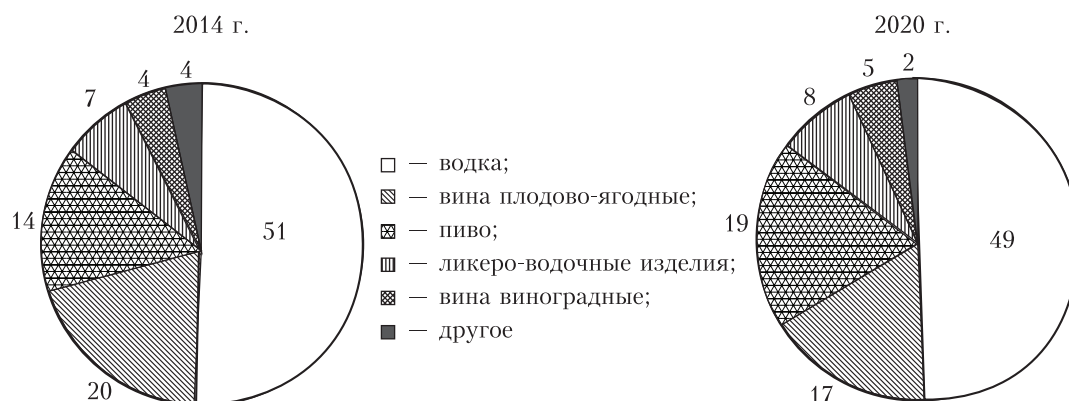


Рис. 2. Структура рынка алкогольной продукции Республики Беларусь, 2014 и 2020 гг.

Примечание: наша разработка на основе [3–5].

Серьезной поддержкой национальным производителям является действующая в Республике Беларусь такая мера госрегулирования, как закрепление за государством исключительного права на осуществление импорта алкогольной продукции. Она позволяет обеспечить преимущественный удельный вес алкогольной продукции отечественных производителей в общем объеме продаж торговыми организациями и, соответственно, устойчивую деятельность организаций отрасли.

В случае отмены исключительного права государства на импорт алкогольной продукции рисками для отрасли являются: вход крупных иностранных игроков на рынок Беларуси; рост импорта алкогольной продукции и, соответственно, снижение доли внутреннего рынка отечественных производителей; сокращение количества белорусских производителей алкогольной продукции (их ликвидация); нарастание социальной напряженности в связи с закрытием производств; рост доли контрафактной алкогольной продукции на внутреннем рынке.

Минимизация рисков для национальных производителей, работающих на данном рынке, может быть связана: с созданием условий для повышения конкурентоспособности национального производителя в условиях изменения конъюнктуры мирового рынка (сохранение доли отечественной алкогольной продукции и защита внутреннего рынка от импорта, в том числе с применением мер государственного регулирования в виде квотирования производства алкогольной продукции для внутреннего рынка как в целях контроля за производством, соблюдения баланса между производством и потребностью внутреннего рынка, так и обеспечения максимальной доходности для государства; выпуск инновационной алкогольной продукции; ликвидация неэффективно работающих мощностей); с расширением участия Республики Беларусь в интеграционных процессах; с расширением географии и увеличением объемов экспортных поставок алкогольной продукции на основе стимулирования создания брендов, фокусирующихся на определенных целях, ориентированных на потребителей с определенными предпочтениями (такими как органические/натуральные продукты, определенный образ жизни, демографические характеристики и др.); с поддержкой ответственного потребления алкоголя, что также отражает позиционирование бренда.

Заключение. Таким образом, исследование, проведенное в статье, показывает, что мировой рынок алкогольной продукции серьезно трансформируется в результате последствий как экономического кризиса, так и пандемии COVID-19. Развитие национального рынка в целом соответствует основным тенденциям глобального рынка, при этом выявляются существенные риски для национальных производителей, в числе которых: вход крупных иностранных игроков на рынок Беларуси; рост импорта алкогольной продукции; сокращение количества белорусских производителей алкогольной продукции (их ликвидация) и др.

Среди мер повышения конкурентоспособности национального производителя можно выделить формирование конкурентных условий в сфере производства алкогольной продукции, изменение структуры потребления алкоголя и переориентацию на выпуск высококачественного продукта, формирование организационно-экономического механизма управления и регулирования сферы производства потребления и сбыта алкогольной продукции. Важным становится акцент на изменение структуры потребления алкогольных напитков в сторону слабоалкогольных, так как многие потребители поддерживают идею здорового образа жизни, однако, в конечном итоге, выбор остается за каждым в отдельности.

Литература и электронные публикации в Интернете

1. Drinks International [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.drinksint.com>. — Date of access: 25.05.2021.

2. World Health Organization. World Health Statistics [Electronic resource]. — Geneva: WHO. — Mode of access: <http://www.who.int/healthinfo/statistics>. — Date of access: 30.05.2021.

3. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. — Дата доступа: 01.06.2021.

4. Официальный сайт Конференции ООН по тарифам и торговле [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.unctad.org>. — Дата доступа: 30.05.2021.

5. Кучерявый, Л. М. Проблемы и перспективы повышения конкурентоспособности производителей алкогольной продукции в условиях нестабильности развития мировой экономики и углубления интеграционных процессов / Л. М. Кучерявый // Вестн. МГУП. — 2015. — № 2.

Kucheryavyy, L. M. Problemy i perspektivy povysheniya konkurentosposobnosti proizvoditeley alkohol'noy produktsii v usloviyakh nestabil'nosti razvitiya mirovoy ekonomiki i uglubljeniya integratsionnykh protsessov [Problems and prospects of increasing the competitiveness of alcohol producers in the conditions of unstable development of the world economy and deepening integration processes] / L. M. Kucheryavyy // Vestn. MGUP. — 2015. — N 2.

ANATOLI BUBEN

GLOBAL ALCOHOLIC BEVERAGES MARKET: STRUCTURAL TRANSFORMATIONS, RISKS AND FACTORS OF DEVELOPMENT

Author affiliation. *Anatoli BUBEN* (concern@bgp.by), *The Belarussian State Concern of Food Industry «BELGOSPISCHEPROM» (Minsk, Belarus).*

Abstract. The article describes peculiarities of the development of the alcoholic beverages market in the face of increasing crisis manifestations in the global economy, caused, among other things, by the impact of the COVID-19 pandemic on countries and regions of the world. Based on the analysis of statistical data, specific factors, problems and risks are identified that affect the development of the national and regional markets for alcoholic beverages. The key directions of overcoming the economic consequences of the crisis in the Republic of Belarus are determined, including a system of stimulating measures (optimization of production capacities, expansion of geography and export volume of alcoholic beverages, enhancing competitiveness of current products and emergence of innovative alcoholic beverages), and restraining measures (maintaining the market share of the local alcoholic beverages, protecting domestic market from imports, elimination of inefficient production capacities).

Keywords: world commodity market; national and regional market of alcoholic beverages; market regulation; competitiveness.

UDC 339.13 + 339.9

*Статья поступила
в редакцию 02. 07. 2021 г.*