

Обзор рынка безалкогольных напитков Республики Беларусь

Минск 2013

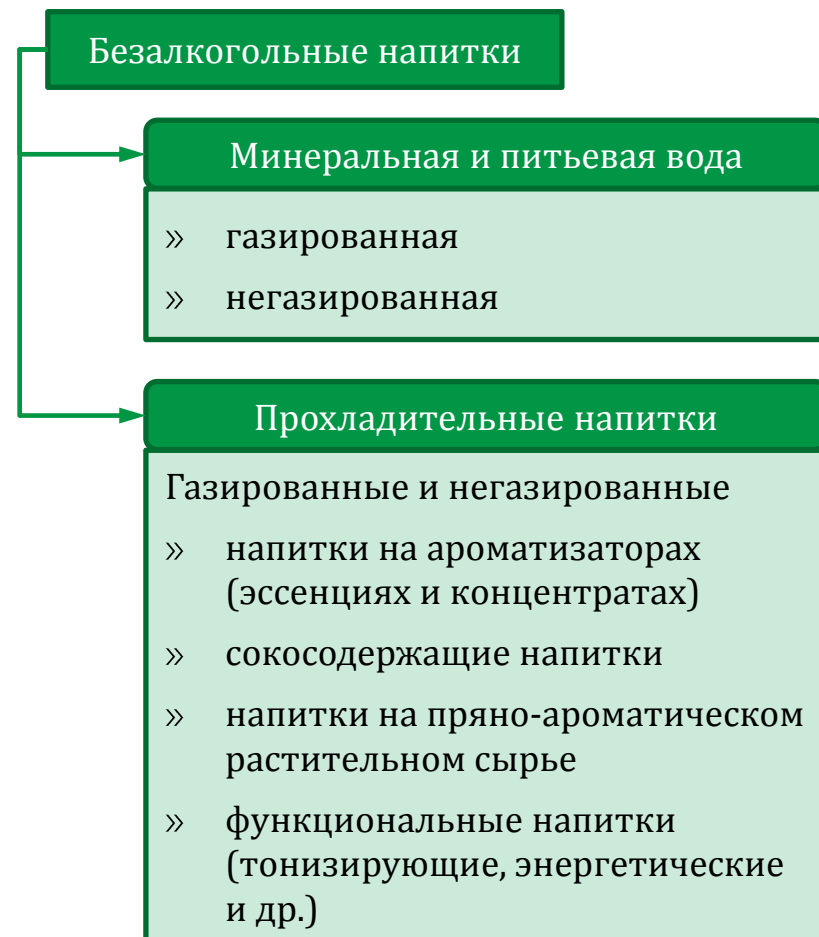
- I. Основные тенденции рынка безалкогольных напитков Беларуси**
- II. Ключевые игроки на рынке безалкогольных напитков Беларуси**

Рынок безалкогольных напитков в Беларуси подразделяется на 2 основных сегмента и характеризуется высокой концентрацией игроков

Общее описание рынка безалкогольных напитков Беларуси

- » Рынок по производству безалкогольных напитков может быть разделен на два основных сегмента:
 - минеральные и питьевые воды;
 - прохладительные напитки.
- » Каждый из сегментов, в свою очередь, включает в себя группы продукции по видам, в зависимости от используемого в производстве сырья.
- » В целях данного исследования, а также с учетом значительных отличий в процессе производства и используемом сырье, **рынок соков и нектаров был исключен из анализа.**
- » Производством безалкогольных напитков в Беларуси занимается порядка 70 компаний.
- » Большинство игроков на рынке – это мелкие частные предприятия с небольшими объемами производства.
- » 80% общего объема реализации на рынке приходится на 5 крупнейших отечественных компаний

Классификация безалкогольных напитков

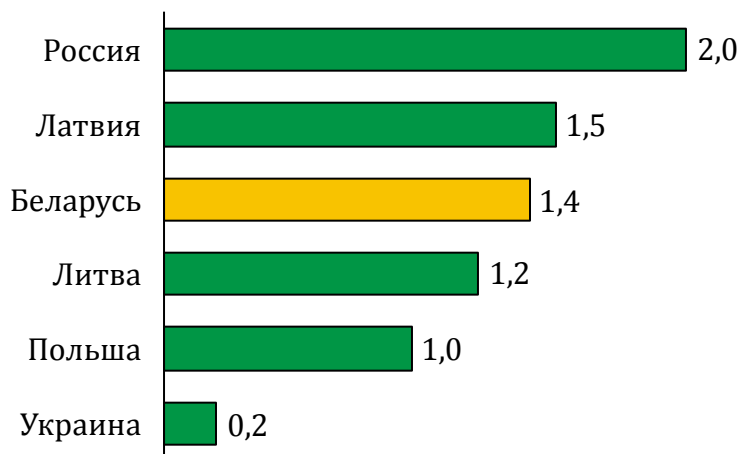


Республика Беларусь достаточно хорошо обеспечена ресурсами пресных подземных вод, в частности, минеральных вод

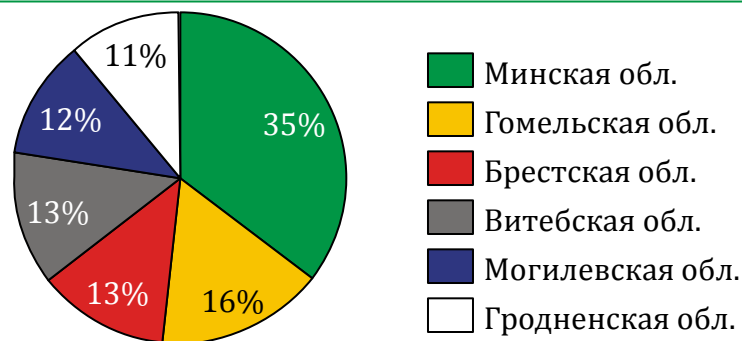
Источники воды в Беларуси, 2011, шт.



Водообеспеченность подземными водными ресурсами на одного жителя, тыс. куб. м



Структура запасов пресных подземных вод Беларуси по областям, %



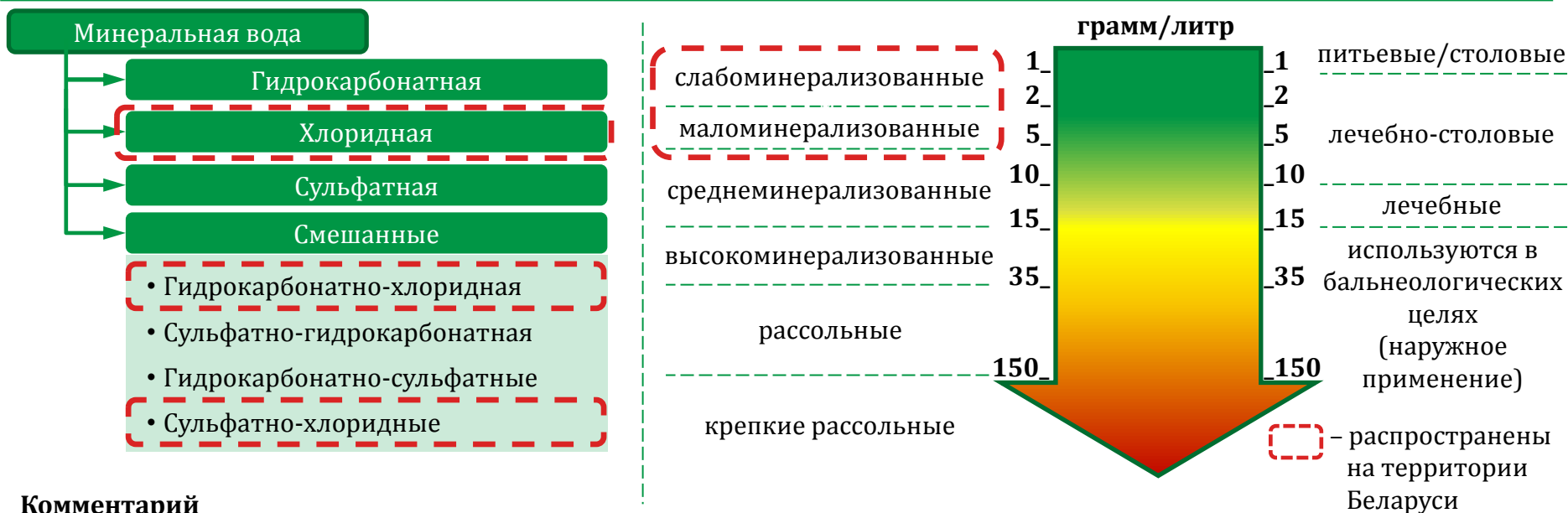
Эксплуатационные запасы пресных подземных вод 7065 тыс. куб. м. в сутки

Комментарий

- » Беларусь характеризуется достаточно высоким уровнем обеспеченности подземными водами как в целом, так и в сравнении с большинством стран-соседей.
- » Более 50% всех запасов пресных подземных вод сосредоточены на территории Минской и Гомельской областей.
- » При этом прогнозные ресурсы подземных вод Беларуси составляют около 50 000 тыс. куб. м. в сутки, что более чем в 6 раз превышает объем эксплуатационных запасов.

Для Республики Беларусь свойственны маломинерализованные подземные воды преимущественно хлоридного, гидрокарбонатно-хлоридного и сульфатно-хлоридного состава

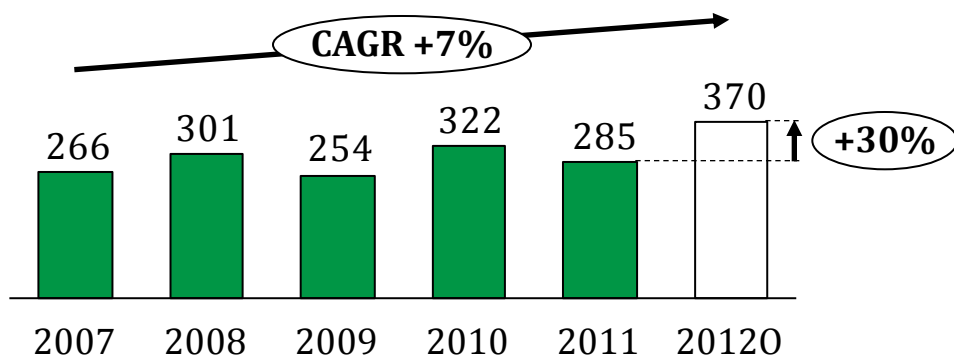
Классификация минеральных вод по химическому составу по степени минерализации



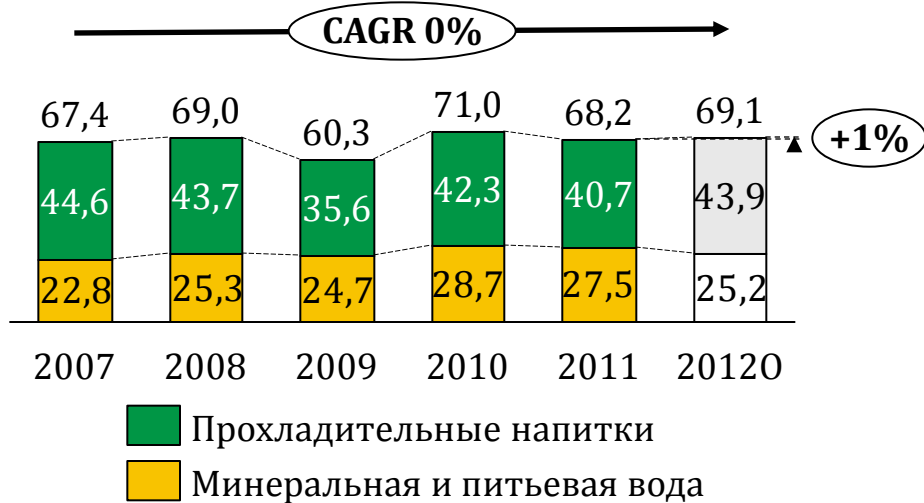
- » Большая часть подземных вод Беларуси – это слабо и маломинерализованные воды, с уровнем минерализации 0,5-5 г/л. Данные воды попадают в группу питьевых и лечебно-столовых вод, которые можно употреблять в ежедневном рационе без особых ограничений или указаний врача.
- » Учитывая химический состав минеральных вод, распространенных на территории Беларуси, необходимо отметить их позитивное влияние на здоровье человека и возможности использования в лечебных целях:
 - **хлоридные и сульфатно-хлоридные минеральные воды** оказывают противовоспалительное действие, эффективны для лечения заболеваний пищеварительной системы, печени и желчевыводящих путей, при болезнях кишечника
- » Таким образом, невысокая степень минерализации в совокупности с химическим составом позволяет производить в Беларуси питьевую и минеральную воду, которая одновременно и пригодна для ежедневного массового потребления, и обладает положительным эффектом на здоровье

Потребление безалкогольных напитков в Беларуси стабильно, а рост рынка происходит только за счет изменения цен и валютного курса

Потребление безалкогольных напитков в Беларуси, млн USD



Потребление безалкогольных напитков в Беларуси, млн дал



Комментарий

» Почти 30%-ный рост цен на безалкогольные напитки в 2012 г. объясняется несколькими причинами:

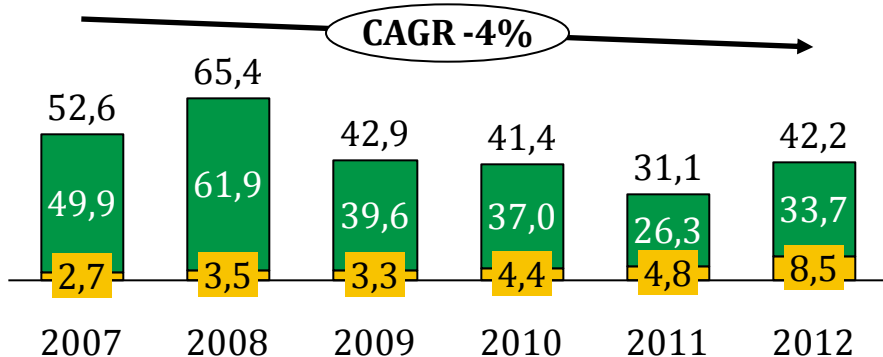
- высокие темпы инфляции при практически неизменном валютном курсе;
- отсроченная реакция на девальвацию национальной валюты 2011 г.;
- значительная составляющая импортного сырья в себестоимости (красители, ароматизаторы, сырье для ПЭТ-преформ).

» Объем потребления безалкогольных напитков в Беларуси оставался примерно на одном уровне в 2007-2012 гг. – 68-69 млн дал:

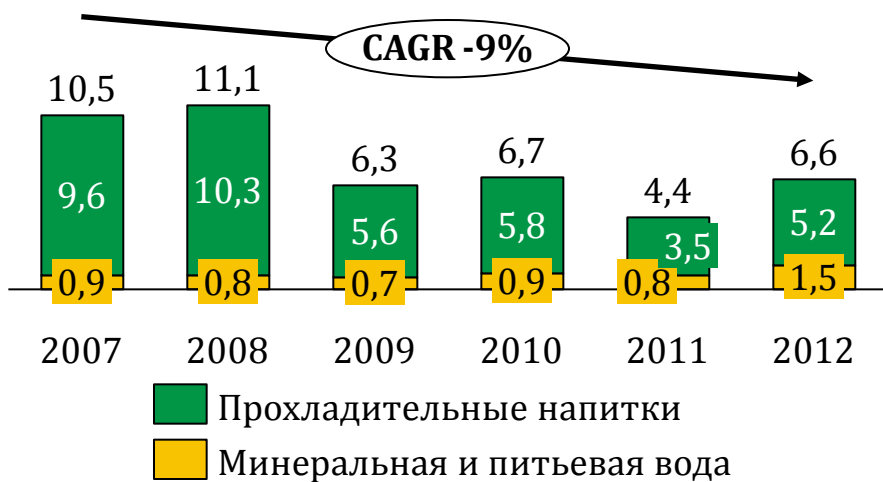
- безалкогольные напитки относятся к группе товаров, характеризующихся высокой эластичностью как по доходам, так и по цене; их потребление значительно снижается в периоды кризисов;
- кризис и девальвация 2009 и 2011 гг. привели к снижению объемов потребления на 13 и 4% соответственно.

Импорт достаточно успешно вытесняется отечественными производителями

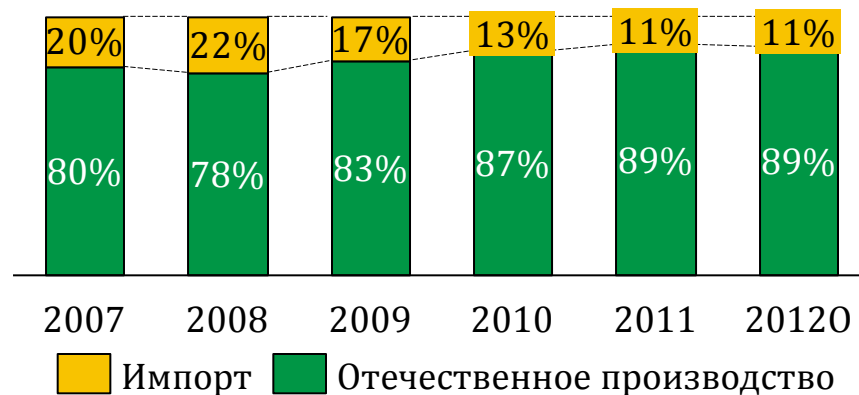
Импорт безалкогольных напитков в Беларусь, млн USD



Импорт безалкогольных напитков в Беларусь, млн дал



Импорт на рынке безалкогольных напитков Беларуси, % (от стоимостного выражения)

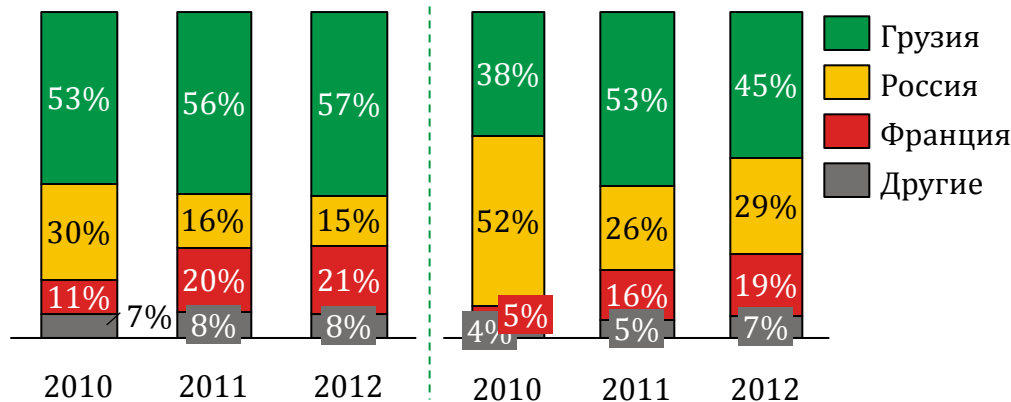


Комментарий

- » Сокращение импорта в 2009-2011 гг. в натуральном и в стоимостном выражении, являлось результатом экономических кризисов и девальвации 2009, 2011 гг.
- » Сокращение произошло за счет прохладительных напитков, импорт питьевой и минеральной воды постепенно рос с 3,3 млн USD в 2009 г. до 4,8 млн USD в 2011 г.
- » Результатом стабилизации экономической ситуации в 2012 г. явился рост импорта.

Основной объем импорта приходит из Грузии и России и относится, в основном, к сегменту премиум класса

Структура импорта минеральной и питьевой воды, %

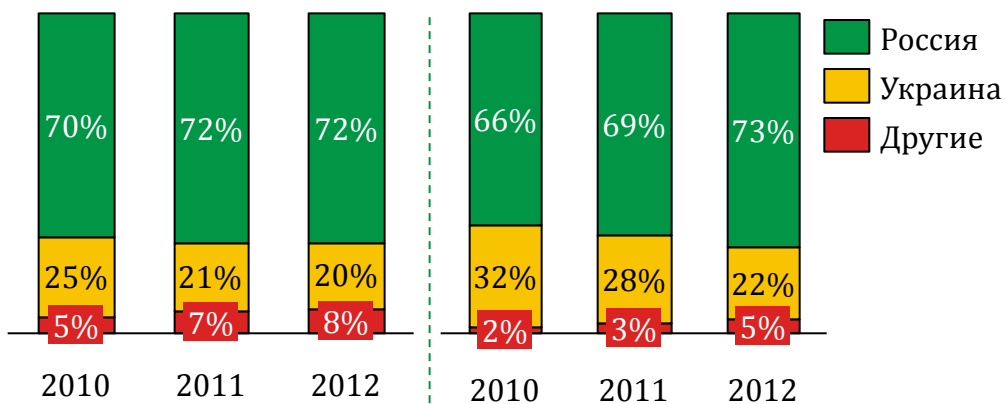


Комментарий

Минеральная и питьевая вода:

- » Сравнение средних цен на внутреннем рынке и средних импортных цен позволяет сделать вывод о том, что в основном в Беларусь импортируется продукция «премиум» класса.
- » Значительный объем импорта приходится на импорт из Грузии (ТМ Боржоми, Набеглави) вследствие отсутствия прямых аналогов данных минеральных вод и широкого спектра применения в лечебных целях.
- » Постепенно увеличивается импорт воды из Франции (ТМ Перрье, Виттель, Эвиан).

Структура импорта прохладительных напитков, %

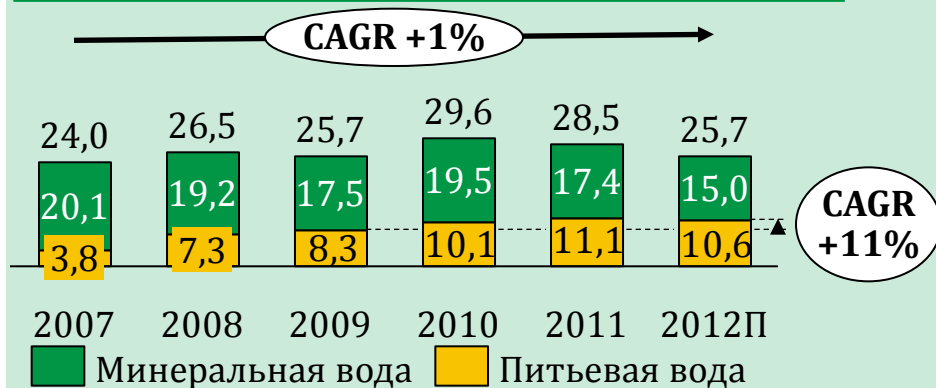


Прохладительные напитки:

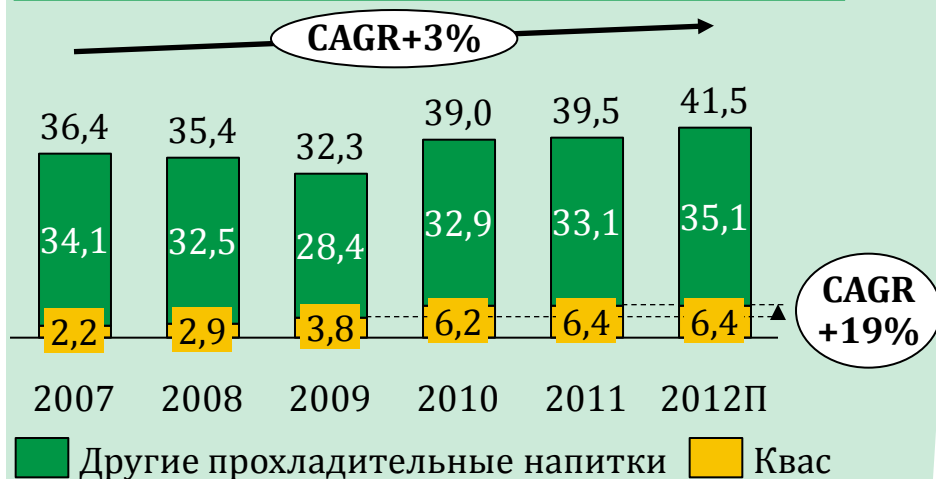
- » Средние импортные цены немного выше среднерыночных цен
- » Географически импорт абсолютно не диверсифицирован:
 - 95% всего импорта приходится на Россию и Украину.

Хотя в целом рынок безалкогольных напитков растет медленно, сегменты питьевой воды и кваса демонстрируют весьма сильный рост

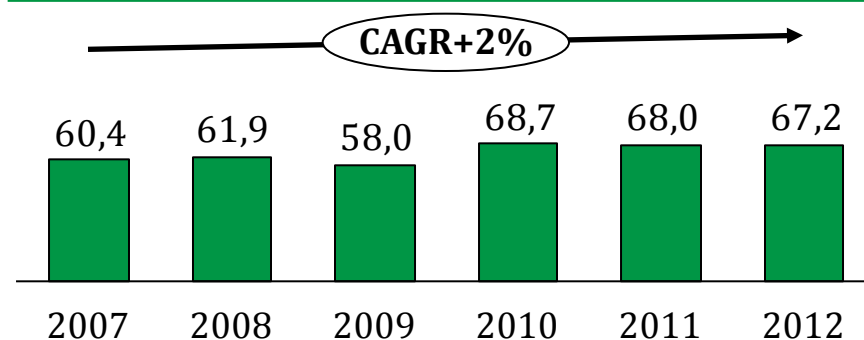
Производство минеральной и питьевой воды в Беларуси, млн дал



Производство прохладительных напитков в Беларуси, млн дал



Производство безалкогольных напитков в Беларуси, млн дал

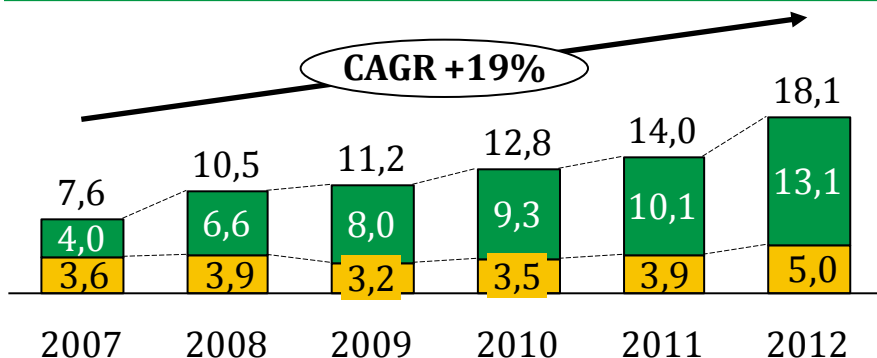


Комментарий

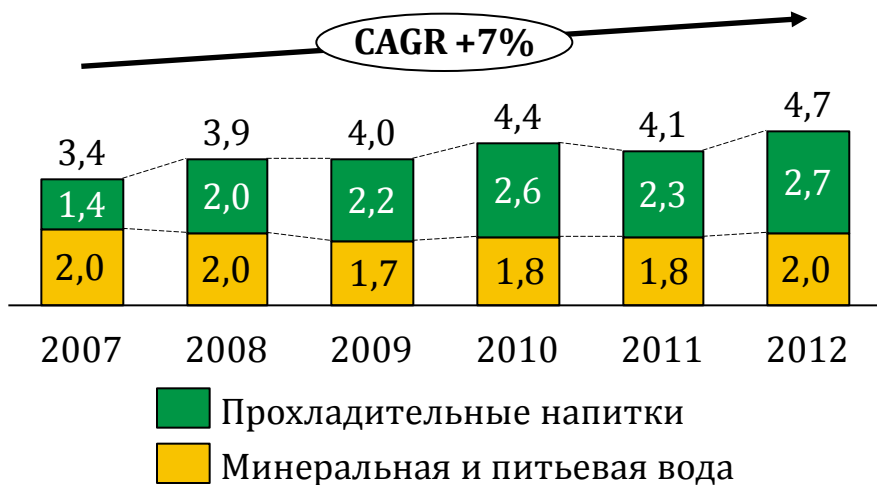
- » Объемы производства питьевой воды и кваса росли ежегодно на 11 и 19% соответственно.
- » Рост производства питьевой воды связан с изменениями в структуре потребления и улучшением технологии производства, приведшего к снижению его себестоимости.
- » Квас – традиционный напиток в Беларуси: начало производства кваса в фасованном виде дополнительно простимулировало спрос, что, в свою очередь, привело к росту производства.

Производство безалкогольных напитков в Беларуси почти полностью ориентировано на внутренний рынок: доля экспортируемой продукции составляет всего 6-7%

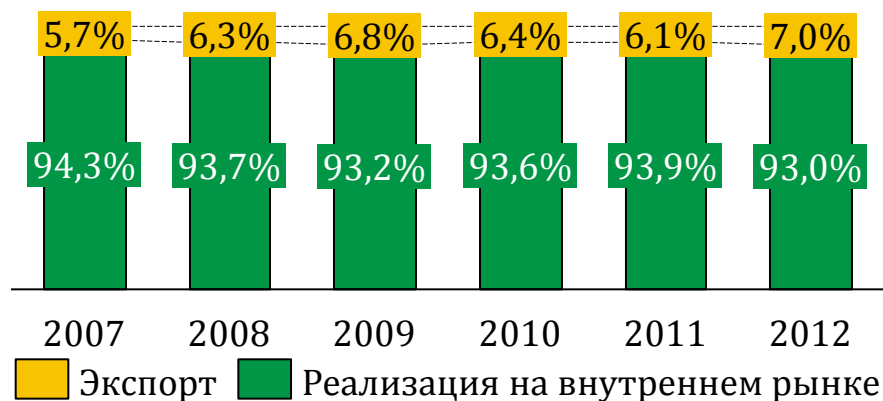
Экспорт безалкогольных напитков из Беларуси, млн USD



Экспорт безалкогольных напитков из Беларуси, млн дал



Доля экспорта в общем объеме производства безалкогольных напитков, % (от млн. дал.)

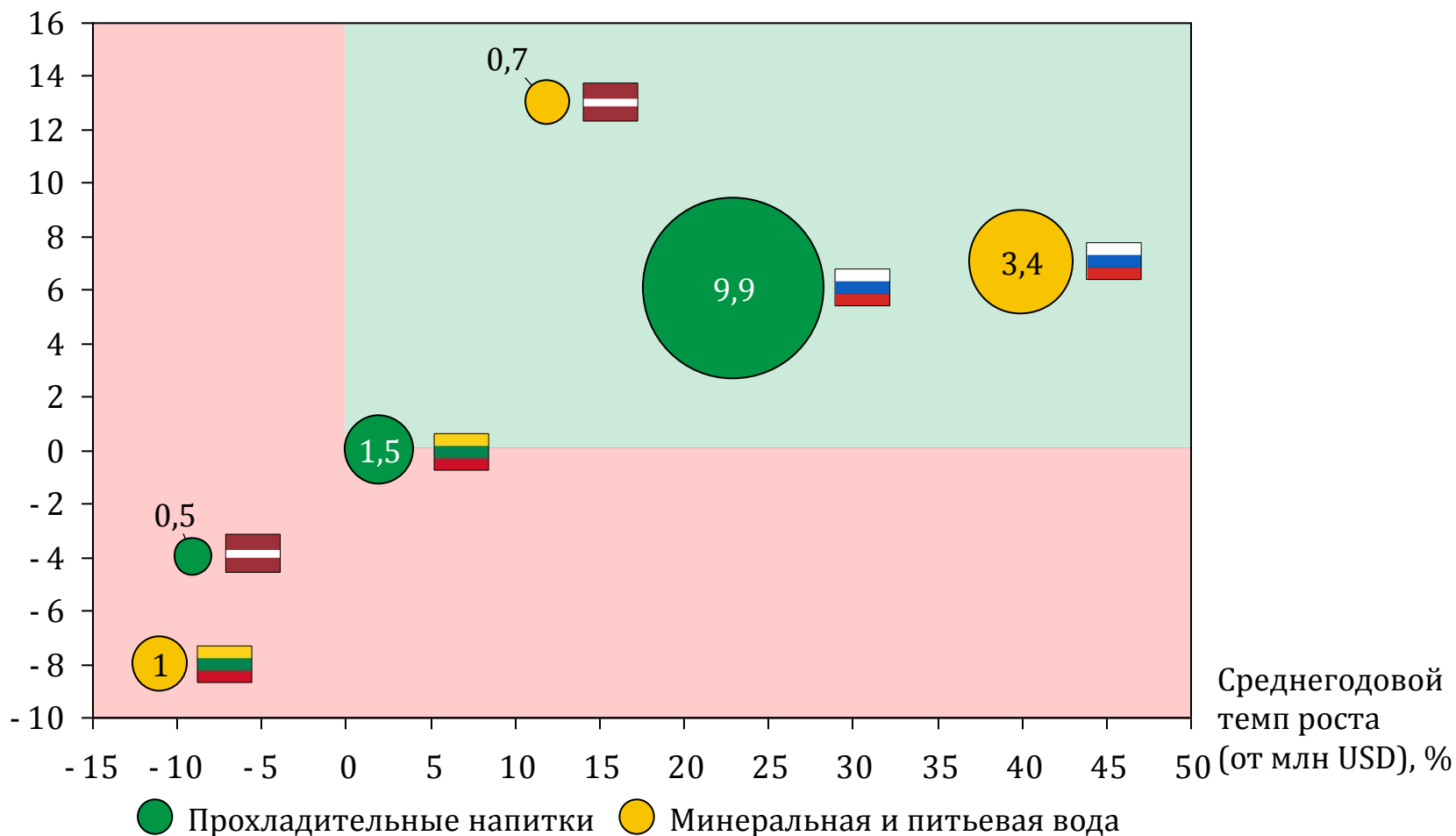


Комментарий

- » Несмотря на достаточно высокие темпы роста экспорта как в натуральном, так и в стоимостном выражении (7 и 19% соответственно), его доля в общем объеме производства остается незначительной – 6-7%
- » Рост экспорта происходит в основном за счет роста экспорта прохладительных напитков
- » Экспорт минеральной и питьевой воды сохраняется примерно на одном уровне

Наиболее активно развивается экспорт белорусских прохладительных напитков в Россию, а минеральной и питьевой воды – в Россию и Латвию

Среднегодовой темп роста
(от млн дал), %

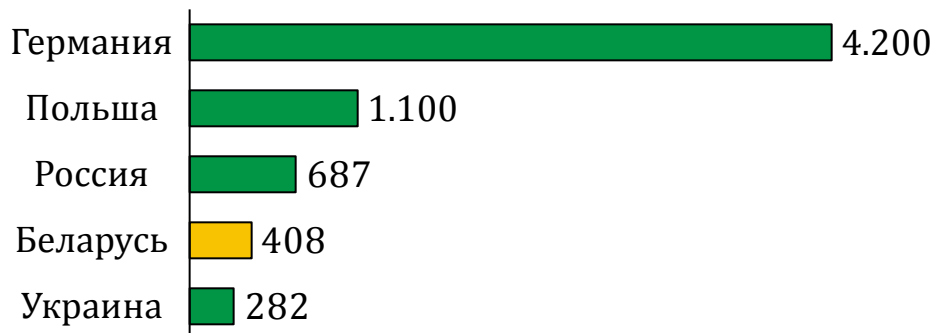
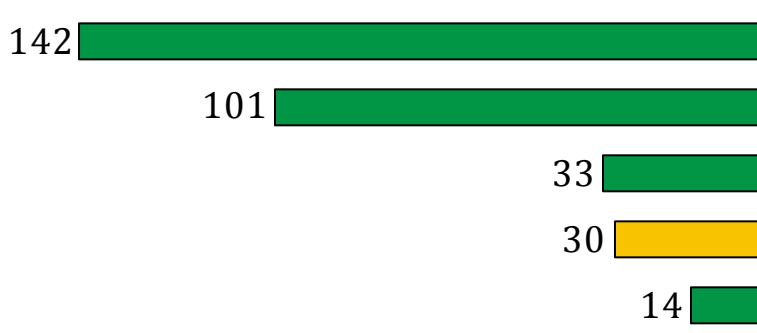


*Размер круга соответствует объёму экспорта в 2012 году, млн USD

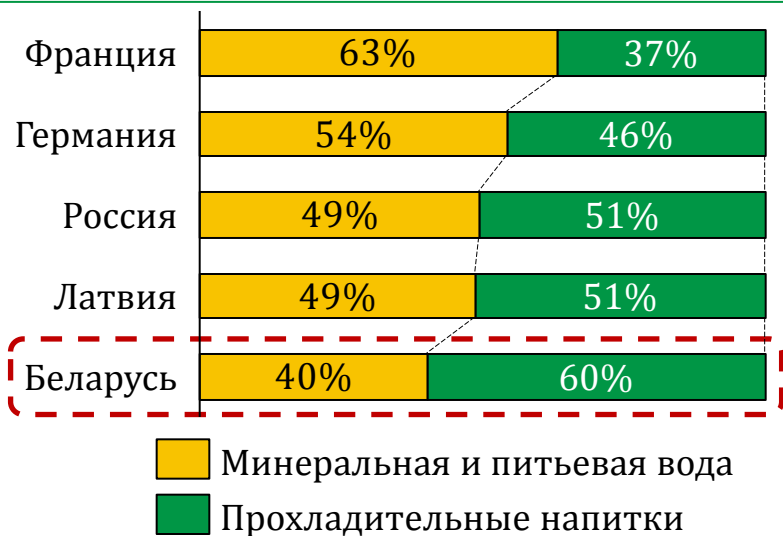
Рынок будет расти вслед за увеличением заработной платы, при этом тренд на выравнивание структуры потребления будет поддерживать хороший рост в сегменте питьевой воды в ближайшие несколько лет

Средние расходы на покупку безалкогольных напитков 2010, USD в год на душу населения

Средняя заработная плата 2010, USD в месяц на душу населения



Структура потребления безалкогольных напитков в разных странах, % от дал

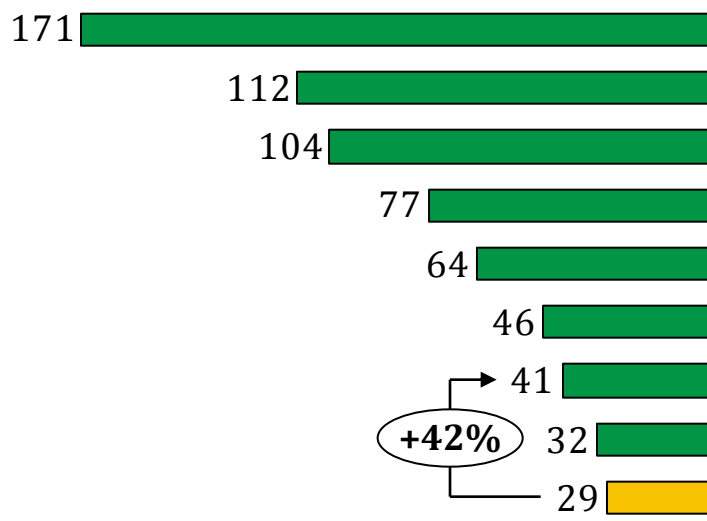


Комментарий

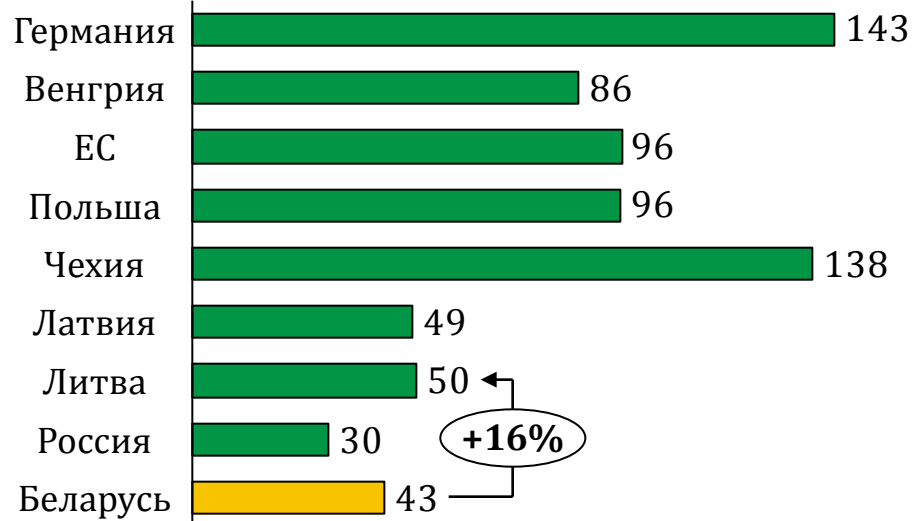
- » Прослеживается достаточно сильная зависимость между уровнем доходов населения и объемом расходов на покупку безалкогольных напитков.
- » Для развитых стран характерно преобладание минеральной и питьевой воды в общей структуре потребления.
- » В случае стабильной экономической ситуации возможен рост рынка безалкогольных напитков Беларуси с увеличением потребления минеральной и питьевой воды.

Существуют хорошие фундаментальные предпосылки для дальнейшего роста сегмента питьевой воды за счет увеличения потребления на душу населения

Потребление минеральной и питьевой воды на душу населения за 2011, л



Потребление прохладительных напитков на душу населения за 2011, л



- » Потребление минеральной и питьевой воды в Беларуси на душу населения в 2,5 раза ниже, чем в среднем по европейским странам, и отстает от потребления в странах-соседях (Россия, Литва, Латвия, Польша).
- » Потребление прохладительных напитков на душу населения ниже среднего примерно в 2 раза, но при этом сопоставимо с такими странами, как Литва и Латвия.
- » Более значительное отставание в объемах потребления минеральной и питьевой воды связано напрямую с культурой потребления, сложившейся в Беларуси: покупка питьевой воды стала характерна для белорусских потребителей лишь в последние 2-3 года.

Ключевые выводы по разделу

1

- » Рынок безалкогольных напитков Беларуси растет в среднем на 7% ежегодно в стоимостном выражении только благодаря росту цен и валютному курсу.
- » В натуральном выражении объем рынка сохраняется на одном уровне – 68-69 млн дал.

2

- » Доля сегмента питьевой и минеральной воды на рынке безалкогольных напитков осталась практически неизменной (34% в 2007 г и 36% в 2012 г.), при этом:
 - **потребление минеральной воды (в натуральном выражении) на протяжении 2007-2012 гг. сокращалось в среднем на 5% ежегодно;**
 - **потребление питьевой воды возрастало в среднем на 10% в год**

3

- » Объем сегмента прохладительных напитков в 2007-2012 гг. сохранялся примерно на одном уровне (44-45 млн дал)
- » **Сохранение объемов обеспечивалось ростом объемов потребления кваса (среднегодовой темп роста 19%)**
- » **Объем потребления прочих прохладительных напитков сокращался: в среднем на 2,5%**

4

- » Потребление безалкогольных напитков на душу населения в Беларуси ниже, чем в большинстве соседних стран. Однако рост рынка за счет данного фактора возможен лишь при увеличении средней заработной платы

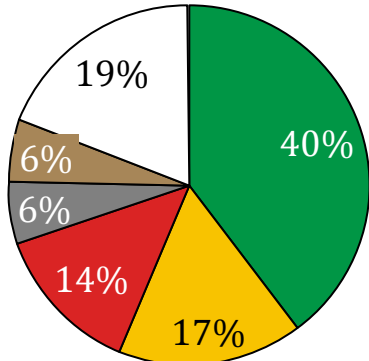
I. Основные тенденции рынка безалкогольных напитков Беларуси

II. Ключевые игроки на рынке безалкогольных напитков Беларуси

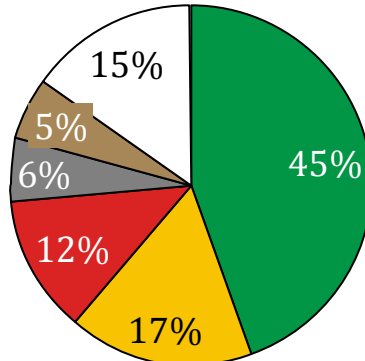
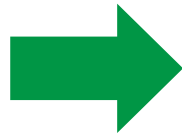
Рынок прохладительных напитков является сильно консолидированным с безусловным лидером в лице Coca-Cola

Структура рынка прохладительных напитков Республики Беларусь, %

В стоимостном выражении



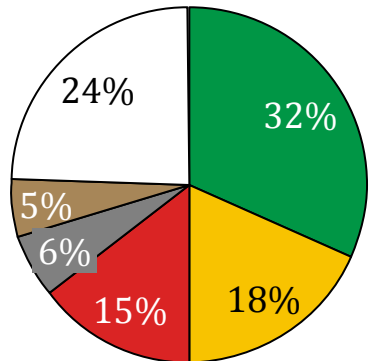
2010



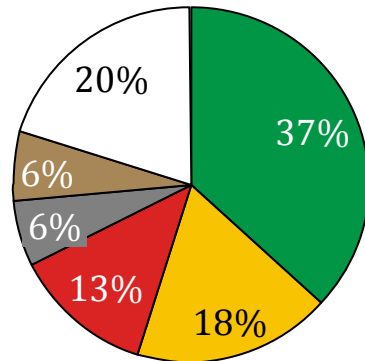
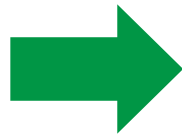
2011

- Кока-кола Бевриджиз
- МБЗН
- Дарида
- Сябар
- Акватрайпл
- Другие

В натуральном выражении



2010



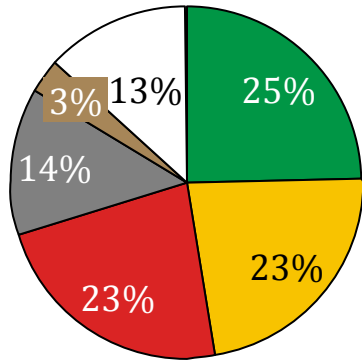
2011

- Кока-кола Бевриджиз
- МБЗН
- Дарида
- Акватрайпл
- Сябар
- Другие

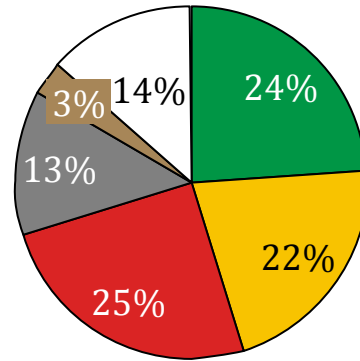
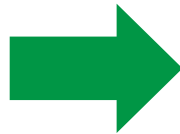
Сегмент минеральной и питьевой также сильно консолидирован, однако безусловный лидер отсутствует

Структура рынка питьевой и минеральной воды Республики Беларусь, %

В стоимостном выражении



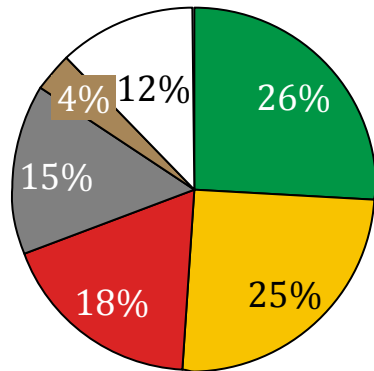
2010



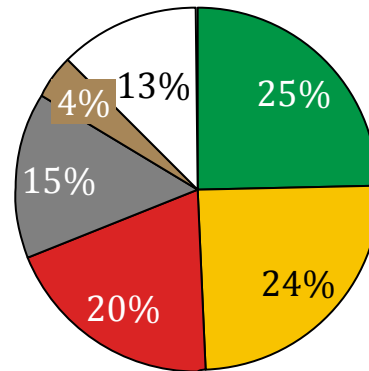
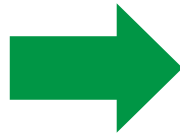
2011

- Дарида
- МЗБН
- Кока-кола Бевриджиз
- Фрост
- Акватрайпл
- Другие

В натуральном выражении



2010



2011

- Дарида
- МЗБН
- Кока-кола Бевриджиз
- Фрост
- Акватрайпл
- Другие

Все ключевые игроки на рынке обладают значительными производственными мощностями и собственными источниками сырья

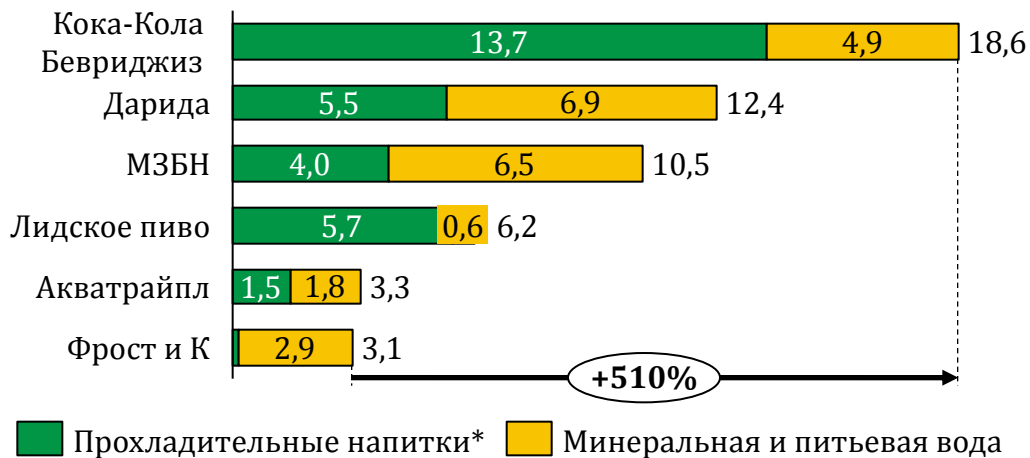
Компания	Год основания	Скважины	Мощности, млн дал в год
 МЗБН ЗАО МЗБН	1966	3 артезианских и 4 минеральных скважин. Глубина: от 106 до 418 м.	 22,2
 ДАРИДА ООО Дарида	1992	2 артезианские и 2 минеральные скважины. Глубина: 52, 266, 387 и 410 м.	 19,2
 Кока-Кола Бевриджиз Белоруссия	1994	4 скважины в районе г. Минск, п/у Колядичи.	 16,8
 ФРОСТ СП Фрост и К ООО	1997	2 скважины. Глубина: 287 и 195 м.	 12,6
 трайпл ООО АкваТрайпл	1999	2 скважины. Глубина: 90 и 420 м.	 12,6
 ЛИДСКОЕ ОАО Лидское пиво	1876	Артезианская скважина. Глубина: 280 м.	 12,6

Комментарий

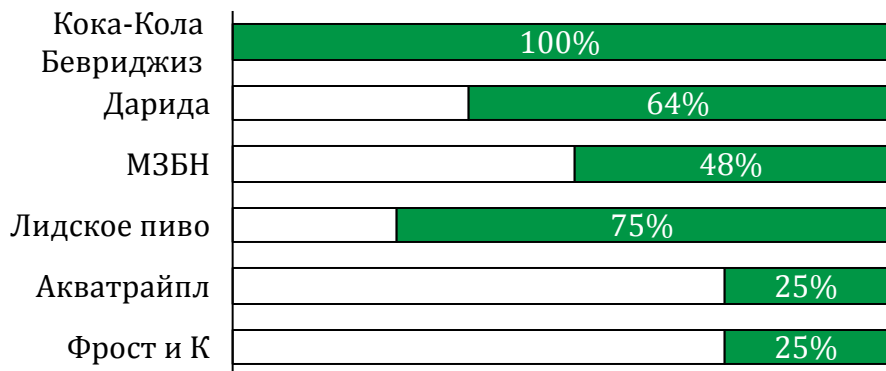
- » В данный момент конкуренция на рынке безалкогольных напитков Беларуси ведется, в основном, между крупнейшими производителями: игроки нацелены на расширение ассортимента и отвоёвывание позиций друг у друга.

Производственные мощности большинства компании загружены всего на 40-50%

Объемы реализации ключевых игроков, 2012, млн дал



Степень загрузки производственных мощностей ключевых игроков, 2012, млн дал



*Прохладительные напитки без учета кваса

Комментарий

- » Основной объем продаж как в целом безалкогольных напитков, так и минеральной и питьевой воды, на внутреннем рынке Беларуси приходится на долю 3-х компаний: Кока-Кола. Дарида и МЗБН.
- » 5 и 6-ой игроки на рынке по объемам продаж безалкогольных напитков отстают от лидера более чем в 6 раз.
- » Разница в объемах продаж минеральной и питьевой воды между игроками не такая значительная.
- » Несмотря на меньшие производственные мощности объем реализации компании Кока-Кола Бевриджиз значительно превышает объемы реализации Дарида и МЗБН, в результате:
 - более высокого уровня загрузки мощностей;
 - импорта части реализуемой продукции: холодный чай Nestea, энергетический напиток Burn и др.

Большинство производителей представлены во всех ключевых продуктовых категориях и занимаются активным расширением ассортимента

	МЗБН	Дарида	Фрост и К	Акватрайпл	Соса-Сола	Лидское пиво
» Минеральная вода	✓	✓	✓	✓	✗	✗
» Питьевая бутилированная вода	✓	✓	✓	✓	✓	✓
» Ароматизированная питьевая вода	✓	✓	✓	✓	✓	✗
» Газированные напитки на ароматизаторах, красителях	✓	✓	✓	✓	✓	✓
» Газированные напитки на пряно-ароматическом сырье	✓	✓	✗	✓	✓	✗
» Сокодержащие	✓	✓	✗	✓	✗	✓
» Энергетические	✓	✗	✗	✗	✓	✓
» Функциональные	✗	✗	✗	✗	✗	✗
» Слабоалкогольные и алкогольные напитки	✓	✗	✗	✗	✗	✓

Ключевые выводы по разделу

1

» Рынок безалкогольных напитков Беларуси характеризуется высокой степенью консолидации и представляет собой пример олигополии, когда более 70% рынка контролируется 4-5 основными игроками.

2

» Игроки интенсивно конкурируют за долю рынка.

3

» На рынке присутствует ярко выраженный лидер – международная корпорация Coca-Cola (Кока-Кола Бевриджиз Белоруссия), которая формирует основные тенденции рынка.

» Остальные ключевые игроки занимают положение «последователей».

4

» Производственных мощностей ключевых игроков достаточно для обеспечения потребности рынка

» В настоящее время мощности большинства игроков не загружены и используются с невысокой эффективностью

Контактная информация:



Минск, Беларусь

ИК «Энтер» ООО
34-210 ул. Щербакова
Тел.: +375 17 266 95 04
Моб.: +375 44 761 28 62
Факс: +375 17 230 95 11
e-mail: info@enter-invest.com



Для получения более подробной информации обращайтесь:

Олег Чанов
Партнер,
Management Consulting

ул. Щербакова, 34-214
Тел.: +375 17 266 95 04
Моб.: +375 29 652 20 14
Факс: +375 17 230 95 11
e-mail: oc@enter-invest.com

Олег Андреев
Управляющий директор,
Investment Banking

ул. Щербакова, 34-210
Тел.: +375 17 266 95 04
Моб.: +375 44 744 99 68
Факс +375 17 230 95 11
e-mail: oa@enter-invest.com

Андрей Матявин
Менеджер проектов,
EnterInvest

ул. Щербакова, 34-214
Тел.: +375 17 266 95 04
Моб.: +375 44 794 64 90
Факс +375 17 230 95 11
e-mail: am@enter-invest.com