

Турдумамбетова Э.Д.

**РАЗВИТИЕ ОТРАСЛИ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ
В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ**

E.D. Turdumambetova

**DEVELOPMENT OF NON-ALCOHOLIC DRINKS PRODUCTION
BRANCH IN FOREIGN COUNTRIES**

УДК:338.4:663.86 (-856).

Производительность, точнее ее рост, определяет будущее благосостояние страны и является показателем ее конкурентоспособности, поскольку главное, в чем страны соревнуются между собой, - это достижение более высокого уровня жизни.

Productivity, namely its growth, defines future wellbeing of the country and is considered as an index its competitiveness, because the most important areas in which countries compete with each other-is an achievement in raising of living standards.

В безалкогольной промышленности мира рост производства традиционных категорий напитков, отмеченный в последние 40 лет, уже миновал. В последние пять лет почти на всех важнейших европейских и заокеанских рынках наблюдается застой в сфере производства газированных минеральных вод, соков и нектаров, лимонадов и пива.

Основными причинами стало то, что качество продуктов во всех группах определенно улучшилось и потребитель стал другим, точнее изменились его потребности и привычки. Эта перемена произошла не внезапно, а под действием длительно развивающихся тенденций.

И участники рынка, вплотную контактирующие с клиентом, в первую очередь ощущают это изменение. Если пять лет назад в каком-нибудь типичном итальянском или французском кафе или баре предлагалось иметь пять безалкогольных напитков: минеральную воду, колу, два вида лимонадов и один сок, то сегодня там клиенту предложат уже примерно 15 наименований безалкогольных напитков. По этому поводу известный исследователь будущего Хоркс дает следующее определение, основанное на «модели Айсберга»: «Мегатенденции - это вершина пирамиды ценностей, или видимый результат фундаментально изменившихся систем ценностей», которое характеризуется как комплексное и многомерное явление адаптации к изменившимся данным общественным условиям. Оно охватывает широкие слои населения, ценности, образ жизни, покупательское поведение. Возникнувшая мегатенденция действует не менее пяти лет.

Мы живем в период постоянной смены ценностей, которая стимулируется глобализацией, Интернетом и другими факторами развития цивилизации. Возникающие при этом тенденции влияют и на рынки в сфере напитков и продуктов питания. Дело не только в том, чтобы суметь предсказать будущее, а в том, чтобы быть к нему

подготовленным, т.е. нужно правильно интерпретировать тенденции.

Во всем мире можно установить следующие мегатенденции, которые так же влияют и на жизнь кыргызстанцев сегодня, и будут влиять в будущем: Wellness - Здоровье; Convenience - Удобство, комфорт; Pleasure - Удовольствие, развлечение; Tradition - Традиция; Ethnic Fusion - Этническое слияние.

Основная тенденция в напиточной отрасли Западной Европы - бурный рост так называемых "функциональных" напитков (функциональный - любой напиток, который позиционируется как полезный для здоровья). Спектр функциональных соковых напитков в Европе очень широк: от витаминизированных соков до соков, содержащих сою или лечебные травы, от детских соков до напитков для пожилых людей, от соков, повышающих работоспособность, до соков с кальцием для беременных женщин. Кыргызскому потребителю пока не предлагаются функциональные соки, поскольку рынок "обычных" соков пока не достиг своего насыщения и не готов к существенной диверсификации. Сегодняшний соковый рынок сегментирован в основном по ценовому признаку.

Безалкогольные напитки развиты и в Российской Федерации, где предприятиями отрасли выпускается весь ассортимент напитков и концентратов, приведенных в классификации. Состав напитков определяется их рецептурой, к ней прилагаются данные о характеристике, физико-химических и органолептических показателях, пищевой и энергетической ценности напитка.

В общероссийском «Сборнике рецептов на напитки безалкогольные» по ГОСТ 28188-89 «Напитки безалкогольные. Общие технические условия» насчитывается 115 рецептов на напитки безалкогольные газированные, 14-на напитки безалкогольные негазированные, 16-на квасы и напитки из хлебного сырья, 3-на порошкообразные концентраты безалкогольных напитков. Кроме этого, существует сборник рецептов на национальные виды безалкогольных напитков, включающий 60 наименований газированных напитков и 5-квасов и напитков из хлебного сырья.

Постоянно разрабатываются технические условия на новые наименования напитков предприятиями-производителями, институтами соответствующего профиля. Головной организацией, осуществляющей разработку и внедрение в производство рецептов и технологий безалко-

гольных напитков и концентратов в стране, является Научно-производственное объединение пивобезалкогольной и винодельческой промышленности.

Как правило, крупнейшие производители пива одновременно вырабатывают в больших объемах и безалкогольные напитки. Имеются и специализированные крупные предприятия, в частности, Останкинский завод фруктовых вод в Москве, ряд предприятий по розливу безалкогольных напитков на концентратах фирм «ПепсиКо», «Кока-Кола» в Новосибирске,

Красноярске и других городах. Открыты крупные специализированные заводы по выпуску безалкогольных напитков в московском регионе: «Мастер» (производительностью около 7 млн. дал в год), «КС». Последний в числе других производит напитки под торговой маркой «Royal Crown»: «RC Кола», «RC Драфт Кола» и др., ассортимент напитков включает 23 наименования общим объемом 26 млн. дал в год.

Основные особенности современной технологии безалкогольных напитков: применение концентратов высокой степени готовности, производство низкокалорийных напитков с использованием сахарозаменителей, повышение стойкости напитков путем внесения консерванта - бензоата натрия, розлив в необоротные ПЭТ-бутылки (из полиэтилен-терефталата). В зависимости от наименования и используемого сырья массовая доля сухих веществ в напитках колеблется от 4,5 до 12,5 %, кислотность - от 1,25 до 4,8 см³ раствора щелочи концентрацией 1 моль/дм³ на 100 см³ напитка.

В состав российских напитков входят натуральные виды сырья: продукты переработки плодов, ягод, настои, сахар, эфирные масла, эссенции. А в последние годы ассортимент продукции заметно расширился за счет напитков на импортных концентратах различных фирм.

Производители и поставщики традиционных русских напитков поначалу оказались не готовы к конкурентной борьбе. Российские напитки были менее технологичны, более дороги, с небольшим сроком хранения, менее привлекательны внешне. С 1990 по 1994 годы в 7 раз сократилось производство кваса, он практически исчез из розничной торговли.

В настоящее время ситуация с производством на российском рынке безалкогольных напитков меняется в лучшую сторону, увеличивается ассортимент и объем выпускаемой продукции. При этом важно отметить, что в регионах России основное внимание уделяют использованию местного растительного сырья для изготовления напитков массового потребления и лечебно-профилактического назначения.

В структуре содержания безалкогольных напитков содержится около 90 % воды, и экспорт готовых напитков в настоящее время производится очень редко. Зарубежные фирмы предпочитают поставлять на кыргызский рынок концентраты и другое сырье для безалкогольных

напитков, а также вкладывают средства в строительство на нашей территории заводов по розливу напитков на своих концентратах.

Одной из первых наш рынок освоила компания «Coca-Cola» (США), которая инвестировала строительство завода по розливу «Кока-Колы» в городе Бишкек. В настоящее время на кыргызском рынке напитков работают компании: «PepsiCo», «Royal Crown Cola Co. International» и др. Это привело к изменению структуры производства, к росту выпуска напитков из концентратов и по технологии зарубежных фирм, главным образом под торговыми марками «PepsiCo» и «Coca-Cola».

При всем многообразии безалкогольных напитков на мировом рынке выделяются две основные их группы:

- фруктовые напитки с ароматом и вкусом плодов и ягод, содержащие натуральные продукты из них;

- фантазийные напитки типа «Кола» с использованием пряно-ароматического сырья.

В свою очередь, каждая из названных групп включает несколько подгрупп:

- традиционные напитки на сахаре;
- низкокалорийные напитки на сахарозаменителях (так называемые диетические);
- витаминизированные напитки;
- изотонические (напитки для спортсменов);
- содержащие соли;
- напитки, содержащие балластные вещества (мякоть плодов, натуральные загустители, замутнители).

Крупный производитель и поставщик концентратов, основ и эссенций для европейского, российского и кыргызского рынков – фирма «Deleg GmbH», основанная 160 лет назад. Головное предприятие ее находится в Дармштадте (Германия), кроме того, фирма имеет 11 дочерних предприятий в Бельгии, США и других странах. Фирма поставляет в большом ассортименте компоненты для напитков типа «Кола», лимонадов, сокодержащих напитков, нектаров, фруктовых соков, дешевых прохладительных напитков без сока, для напитков, обогащенных витаминами, минеральными, балластными веществами. При НПО пивоваренной, безалкогольной и винодельческой промышленности в Москве с 1992 г. работает представительство этой фирмы. Напитки на основе концентратов фирмы «Делер» выпускают многие предприятия, в том числе: ОАО «Росар» (Омск), ОАО «Пикра» (Красноярск) и другие.

Поставки концентратов осуществляют и ряд других зарубежных фирм: «Quest International» (Нидерланды), «Milesto» (Югославия) и т. д.

Среди зарубежных производителей напитков значительный оборот имеет фирма «Каю» (Германия), выпускающая диетические напитки под торговой маркой «Дайт» на основе натуральных соков, в том числе с мякотью, обогащенные комплексом витаминов, вместо сахара в них используется смесь сахарина и цикламата.

Известные напитки этой фирмы – «Дайт прозрачный лимон», «Дайт мутный лимон» и др.

В числе крупных европейских производителей напитков можно назвать «Imperial» (Великобритания), «Cadbury- Schweppes» (Великобритания), «Grand-Metropolitan» (Великобритания), «BSN Gervais Danon» (Франция).

По потреблению безалкогольных напитков в мире первое место принадлежит США - более 160л. на душу населения, высокий уровень потребления в Бельгии, Австрии, Швейцарии, Германии, Франции - 45-50 л на душу населения.

В мире, в том числе и в Кыргызстане, отмечается тенденция увеличения потребления готовых безалкогольных газированных напитков, вместо горячих и крепких. Ежегодный прирост потребления безалкогольных напитков прогнозируется на уровне 3 %.

Исследование выявило, что в последние годы сформировались внутренние источники и механизмы развития отрасли безалкогольных напитков, связанные с относительной макроэкономической стабильностью и расширением внутреннего конечного спроса. Однако, учитывая, что совокупное воздействие этих источников пока невелико, актуализируется переход от экстенсивной модели экономического развития к интенсивной, а затем - и к инновационной.

Среднетехнологичная отрасль, ориентированная в основном на внутренний рынок. В середине текущего десятилетия отрасль безалкогольных напитков оказалась перед долговременным системным вызовом, характер которого определяется усилением глобальной конкуренции, охватывающей рынки не только товаров, но и капиталов, технологий, рабочей силы. Однако сегодняшние качественные характеристики данной отрасли не позволяют ей использовать конкурентные преимущества глобализации. Она остается недостаточно диверсифицированной, характеризуется низким уровнем инноваций и эффективности использования ресурсов.

В целом в период рыночной трансформации производственные результаты деятельности отрасли безалкогольных напитков в мире демонстрировали устойчивую отрицательную тенденцию. Общее сокращение производства по сравнению с 1990 г. колебалось в пределах от 24 до 53%. Наибольшего спада производство пищевой продукции достигло в 1998 г. Кризис августа 1998 г. оказал также на российскую пищевую промышленность в целом позитивное влияние, что выразилось в некоторой стабилизации производственных показателей. За этот период улучшились все основные отраслевые показате-

тели: добавленная стоимость росла в среднем на 6% за год, значительно выросли инвестиции. Наблюдается рост объемов производства, увеличиваются вложения предприятий в модернизацию производства, что способствует повышению конкурентоспособности вырабатываемой продукции. Рост денежных доходов создает базу для увеличения емкости внутреннего рынка. Тем не менее вызывает беспокойство качество и устойчивость этого роста, основанного на эффекте девальвации национальной валюты и интенсивном импортозамещении.

Замедление темпов развития, исчерпание потенциала импортозамещения и резервов неиспользованных производственных мощностей, усиление процессов глобализации и конкуренции остро ставят вопрос о стратегии развития пищевой промышленности, в том числе и производстве безалкогольных напитков, а также механизме управления данной отраслью с целью достижения стратегических целей. К числу основных внешних вызовов следует отнести масштабный импорт сельскохозяйственного сырья, продовольствия, сохраняющийся в последние годы и имеющий тенденцию к росту.

Анализ тенденций развития пищевой промышленности свидетельствует о том, что проблема повышения ее конкурентоспособности за счет роста эффективности производства является императивом. Декомпозиция факторов роста добавленной стоимости с точки зрения эффективности использования ресурсов показала, что из среднегодового прироста в 6% в 2000-2006 гг. за счет роста производительности труда было обеспечено только 2 процентных пункта. Экстенсивные источники роста уже исчерпаны. В последние годы загрузка мощностей на большинстве эффективных предприятий достигла рационального предела, а рост заработной платы опережает или, в лучшем случае, сопоставим с ростом производительности труда. К тому же создание новых инновационных предприятий тормозится рядом факторов, например, инвестиционный климат, административные барьеры, доступ к инфраструктуре, дефицит квалифицированных кадров.

Литература:

1. Сыцко В.Е. Товарная политика предприятия, отрасли. - Гриф МО Республики Беларусь, 2007.
2. Показатели ассортимента товаров // Ж. Маркетинг. -2006 №10.
3. Сайт «Ведомости» www.vedomosti.ru.
4. Сайт Российская электронная библиотека «Эрудит» www.erudition.ru
5. www.russian.people.com.

Рецензент: к.э.н. Адиева А.А.