

# АНАЛИЗ РЫНКА СТЕКЛЯННОЙ БУТЫЛОЧНОЙ ТАРЫ

Исследование проведено «Бизнес-эксперт К», тел. (495) 641-03-44

*Светлана Шевеленко, Татьяна Сухадолец*

Отечественное производство стеклотары в последние годы растет главным образом за счет увеличения выпуска бутылок, доля которых в суммарном производстве пищевой стеклопосуды достигла 81,5%. С 1995 года в стеклотарную промышленность увеличился приток отечественных и особенно зарубежных (чешских, немецких, бельгийских, турецких) инвестиций. Объем производства стеклянных бутылок в России в 2001 году в пересчете на тару объемом 0,5 л составил около 3 млрд штук в год. Импорт бутылок, по данным российской таможни, составляет 650 млн штук в год.

Сегодня спрос на стеклянную тару в России превосходит объем предлагаемой стеклопосуды на рынке. Пока этот недостаток восполняется за счет оборотной тары, объем которой ежегодно падает, и растущих импортных поставок. Обеспечение требуемого спроса на стеклянную упаковку в полной мере возможно только при дальнейшем развитии российской стеклянной промышленности.

Для обеспечения потребностей производителей алкогольных и безалкогольных напитков без учета оборотной тары на сегодняшний день необходимо увеличить количество выпускаемой бутылочной продукции на 5,5 млрд штук в год. Если в таких странах, как Германия, США, Чехия, на повторно используемую тару приходится не более 15%, в Польше - 5%, то в России до сих пор 70% пива разливают в бутылки, бывшие в употреблении.

В пивной отрасли определенную конкуренцию стеклянным бутылкам составляет ПЭТ. За 2001 год доля пива в пластиковых бутылках выросла на 6% и составила 28% рынка. Ровно настолько же снизилась доля стеклянных бутылок. Что касается преимуществ алюминиевых банок, то сегодня они во многом не осознаются потребителем.

Ассортимент представленной на рынке отечественной стеклотарной продукции не отличается большим разнообразием (рис. 1).

Бутылка малой емкости, эксклюзивная и сувенирная бутылка, пользующиеся большим спросом у потребителя, производятся в недостаточных количествах. Многие производители напитков предпочитают использовать только эксклюзивную бутылку для разлива своих напитков, другие - бутылки разных размеров и формы для расширения ассортимента собственной продукции, придания ей запоминающегося внешнего вида. В настоящее время выпуск штофов различного исполнения, сувенирных вариантов бутылок, фирменных бутылок с логотипами для алкогольной продукции удовлетворяется российскими производителями приблизительно на 5%. Лучшие сорта вина, водки и пива разливаются на 95% в импортные бутылки.

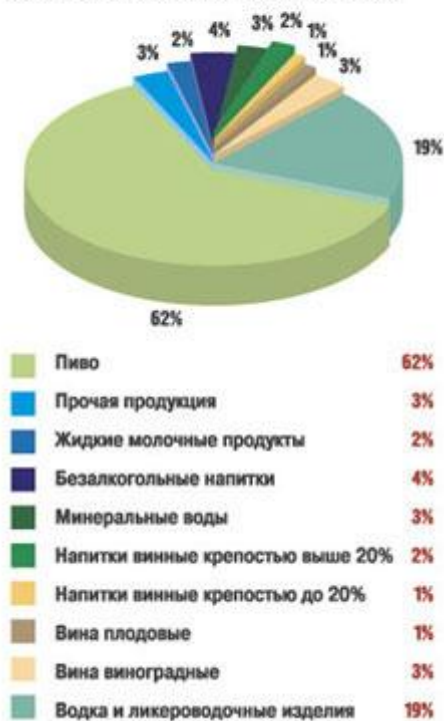
Устаревшее оборудование является еще одной проблемой российских предприятий по производству стеклотары. Такое оборудование не позволяет соответствовать современным требованиям, предъявляемым к форме и внешнему виду бутылок, выпускать «облегченные» бутылки, быстро переходить с одной модели бутылок на другую.

Рисунок 1. СТРУКТУРА ВЫПУСКА СТЕКЛОБУТЫЛОК В РОССИИ



Пивобезалкогольная индустрия и ликероводочная отрасль являются крупнейшими потребительскими сегментами российского рынка узкогорлой стеклотары. Так, например, более 60% стеклянных бутылок используется для розлива пива, около 20% - для водки и ликероводочных изделий. Структура потребления бутылочной стеклотары в соответствии с направлением использования представлена на рисунке 2.

Рисунок 2. СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ СТЕКЛОТАРЫ В ПЕРЕСЧЕТЕ НА БУТЫЛКУ ОБЪЕМОМ 0,5 Л (без учета продукции, разливаемой в альтернативные виды тары)



По данным Прайм ТАСС, отечественное производство пива в 2001 году в стоимостном выражении оценивается в 637 млн долларов, ожидаемое производство в 2002 году – в 700 млн долларов. Рост производства алкогольной продукции составил за прошедшие 3 года 7-8% в год. Производство виноградных вин в 2001 году выросло на 12,1%, плодово-ягодных вин - на 27,7%.

Объем производства плодово-ягодных вин увеличился в 2001 году по сравнению с 2000 годом на 10,9 млн бутылок, коньяка - на 3 млн бутылок, шампанского - на 11 млн, виноградного вина - на 37,7 млн, водки - на 203 млн.

Объем рынка стеклянной бутылочной тары в России с учетом оборотной и импортной тары оценивается в 10-12 млрд бутылок в год. В реальности же отечественные стекольные заводы удовлетворяют потребности в стеклянных бутылках только на 40%. Остальные 60% делятся между импортной и оборотной стеклянной тарой – 20 и 40%, соответственно.

Наибольшую потребность в стеклянных бутылках испытывают производители пива. Поэтому для заводов, производящих стеклянную тару, этот сектор является наиболее важным. В год пивовары используют около 8 млрд бутылок, в ближайшие 10 лет этот показатель должен вырасти до 10-12 млрд штук в год.

Следует отметить увеличение количества стекольных заводов. За период с 1997 по 2001 год введены в действие новые современные производства бутылок на следующих заводах: ЗАО «Анопинском», ЗАО «Великодворском», ОАО «Красное Эхо» (Владимирская область), ООО «Раско» (Владимирская область, Воронежская область), ООО «Астраханском» (Астраханская область), ОАО «Камышинском» (Волгоградская область), АООТ «Московском электроламповом» (Москва), ОАО «Мишеронском» (Московская область), ОАО «Салаватском» (Башкирия), ОАО «Экран» (Новосибирская область). Общий годовой объем продукции вновь введенных производств в пересчете на тару объемом 0,5 л составил около 1,2 млрд бутылок.

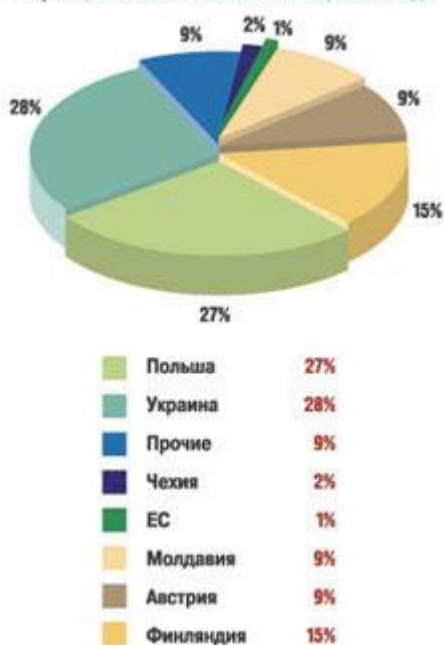
Кроме перечисленных, к заводам высокого технического уровня относятся ОАО «Завод им. 9 Января» (Тверская область), ОАО «Индустрия» (Тверская область), ЗАО «Кавминстекло» (Ставропольский край), ПО «Смоленскстеклотара» (Смоленская область).

Наиболее крупными производителями рынка стеклотары считаются компании ООО «Раско» (г. Владимир); холдинг РКМ, объединяющий ЗАО «Кавминстекло» (г. Минеральные Воды), ОАО «Камышинский стеклотарный завод» (Волгоградская область) и ОАО «Ситалл»; ОАО «Стеклохолдинг» (Владимирская область), куда входят ООО «Научно-исследовательский институт стекла», ООО «Актис», ОАО «Индустрия», ЗАО «Красное эхо», ОАО «МЭЛЗ», ОАО «Опытный стекольный завод» и ООО «Каравелла»; а также ОАО «Свет» (Удмуртская республика).

Сравнение себестоимости изготовления стеклянной тары в России и других странах позволяет говорить о более дешевом отечественном производстве. Низкая себестоимость российских бутылок (от 48 до 70 коп.) дает возможность обеспечить устойчивую прибыль стекольным заводам. Цена реализации новой пивной бутылки емкостью 0,5 л из коричневого стекла отечественного производства составляет в среднем 2 руб. (бутылки западного производства стоят значительно дороже - 3,52 руб., или 0,11 доллара). Экономия затрат на производство не всегда оправдана и сказывается в первую очередь на качестве бутылок и в дальнейшем при розливе оборачивается значительными потерями в результате боя и отбраковки.

В 2001 году увеличились поставки импортной стеклопосуды. Основные объемы импорта стеклотары приходятся на Украину - 28% и Польшу - 27% (рис. 3). Стеклянная тара из Финляндии занимает 15% импорта, что в денежном выражении составляет 6,5 млн долларов. Высокую активность на российском рынке сохраняют фирмы Австрии, Молдавии и Чехии.

Рисунок 3. ИМПОРТ СТЕКЛОТАРЫ, 2001 год



В номенклатурной структуре импорта, как и в отечественном производстве, доминирующее положение занимают бутылки - 83% рынка в стоимостном выражении и 75% в натуральном выражении.

В ближайшие годы можно ожидать дальнейших инвестиций в отрасль фирм из Чехии, Германии, Италии, Турции, Бельгии, Швеции, Финляндии, а также отечественных производителей напитков (таких как «Балтика», «Веда», «Стриминвест» и другие). Так, в 2002 году запущен завод «Веда ПАК» в г. Кингисепп (Ленинградская область), стекольный завод «РусДжам» со 100%-ным турецким капиталом в г. Гороховец (Владимирская область). Но даже эти новые мощности не удовлетворят существующий спрос на бутылку, тем более в связи с прогнозируемым ростом производства напитков в России.

Поставки эксклюзивных, сувенирных и традиционных бутылок из Чехии, Германии, Италии, Франции снижаться пока не будут, так как в России пока не производится равноценных аналогов. Низкое качество и высокая стоимость бутылок, произведенных на Украине, в Белоруссии, Болгарии, Польше, сократят поставки стеклянной тары в Россию из этих стран.

Благодаря более доступным ценам на отечественную стеклотару, позволяющим снижать издержки предприятия, российские производители пивобезалкогольных напитков, а также высококачественной ликероводочной продукции и виноградных вин, испытывающие нужду в оперативной доставке эксклюзивной упаковки, заинтересованы в приобретении тары у российских поставщиков.

В связи с потребностью производителей в темной стеклотаре весьма перспективным представляется выпуск коричневых пивных бутылок.

Вслед за Западной Европой, Россия рассматривает предложения об ограничении розлива алкогольных и газированных напитков в пластиковую тару, которая по химической стойкости и газопроницаемости уступает стеклянной. Это также приведет к увеличению спроса на стеклянную упаковку.

Прогноз производства бутылок для пищевой промышленности при заданном темпе, по нашим расчетам, представлен в таблице 1. Дефицит производства бутылок в России составит в 2002 году около 2 млрд штук.

Таблица 1. ДИНАМИКА  
ПРОИЗВОДСТВА СТЕКЛЯННЫХ БУТЫЛОК  
(прогноз на 2002–2006 годы)

год	млн штук
1999	1750
2000	2500
2001	3000
2002	3924
2003	4587
2004	5247
2005	6874
2006	7868

Учитывая, что период окупаемости инвестиций, вложенных в организацию стекольного завода, составляет от 1,5 до 6 лет в зависимости от подготовленности производственных площадей и объема производства, через 3-4 года можно ожидать насыщение российского рынка стеклотары. Очевидно, что в условиях обостряющейся конкурентной борьбы за рынки сбыта лидирующее положение будут занимать предприятия, серьезно занимающиеся маркетингом, стремящиеся к производству качественной продукции.