

Позиционирование как инструмент обеспечения конкурентоспособности пивоваренной компании

*Забелина Т.И. ст. преподаватель
Маликова А.С. студент кафедры
Экономики, управления и информационных технологий
Филиала ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса» в г. Артеме
E-mail: zabelina.12@mail.ru Россия, г. Артем*

С приходом конкуренции на российский рынок производственные предприятия встали перед проблемой обеспечения и поддержания высокого уровня конкурентоспособности необходимого для эффективного управления прибылью, финансовыми ресурсами и финансовым состоянием предприятия. Поддержание конкурентоспособности сегодня достигается за счет развития и позиционирования как бренда компании, так и отдельных товарных марок. Оно позволяет сформировать лояльность и узнаваемость бренда, создать устойчивый спрос на продукцию компании. Особенно актуально позиционирование для компаний производящих слабоалкогольную продукцию в частности пиво. Особенности рынка пива обусловлены, во-первых, высоким уровнем конкуренции между товарными марками и компаниями производителями, во-вторых, жестким законодательным регулированием данного рынка. Все это заставляет производителей искать новые приемы позиционирования и поддержания необходимого объема продаж для получения достаточной нормы прибыли

Ежегодно в России производится порядка 10 млрд. литров пива, более сотни сортов и марок. На Российский рынок поставляют основную часть продукции шесть крупнейших производителей пива и лишь небольшую долю средние и малые предприятия, оптовые поставщики, работающие с импортерами пивной продукции [1].

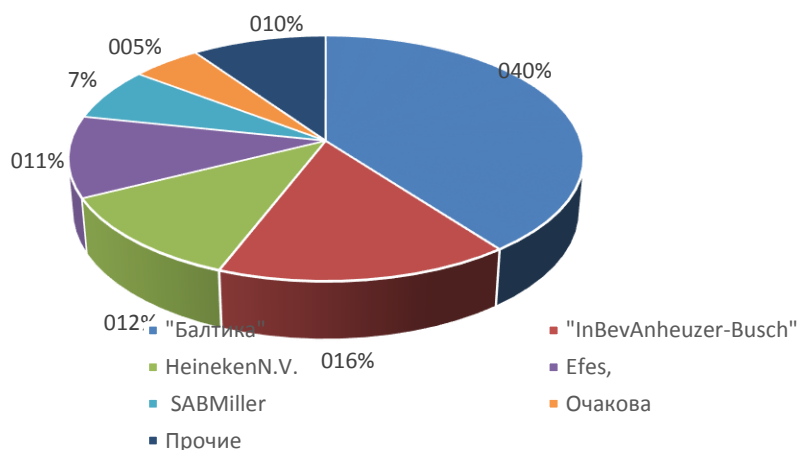


Рисунок 1. Структура Российского рынка пива, 2017 год

Основную долю рынка контролирует концерн «Балтика» в ходящий в датскую компанию Carlsberg Group. Суммарная доля малых и средних производителей составляет всего 9,7%.

Для российских пивоваренных компаний характерны негативные тенденции снижения объемов продаж, чему способствует изменение акцизной политики, запрет рекламы алкогольной и слабоалкогольной продукции, снижение реальных доходов населения, изменение потребительских предпочтений.

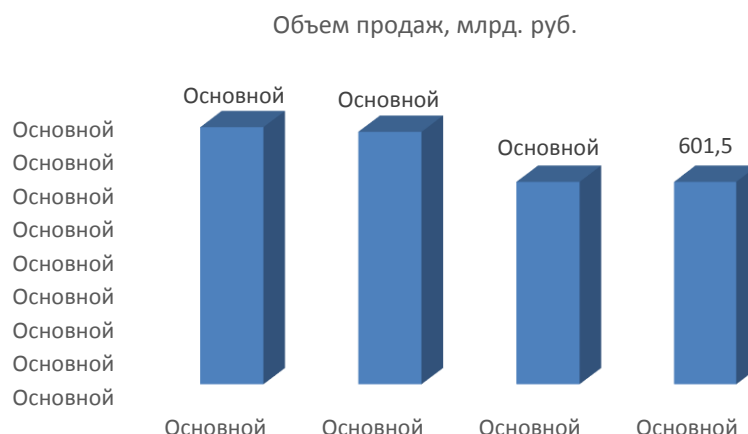


Рисунок 2. Динамика продаж пива в России за 2014-2017гг. [2,3]

Самый большой процент снижения объема продаж на рынке пива произошел в 2016 году и составил 19,8 % [2].

В условиях постоянного ужесточения законодательства пивоваренным компаниям приходится искать новые пути для развития. Но несмотря на столь жесткую ситуацию на рынке пива, российский характерен тем, что относительно легко можно создать новый бренд и позиционировать его. Особенно стало это заметно в результате активности небольших компаний, которые стали вводить новые названия делая акцент на особенности продукта такие как «живое», «бочковое», «разливное».



Рисунок 3. Динамика рынка пива [4]

На развитие рынка пива оказали влияние и модные тенденции «здорового образа жизни», что сказалось на снижении объема продаж традиционного пива и привело к росту сегмента безалкогольного, в 2017 году рост составил практически 11% от общего объема продаж. Причем наличие

данного вида продукции в портфеле компании позволяет им активно позиционировать товарные марки на рынке, тем самым поддерживая продажи в том числе традиционных марок пива, но и позиционировать себя как социально ответственную компанию.

Общероссийские тенденции характерны и для региональных рынков. Здесь конкуренция осложняется тем что на пивном рынке присутствует не только продукция крупных пивоваренных компаний, но и определенную долю хоть и незначительную занимают средние и мелкие компании, которым сложно конкурировать в таких условиях, особенно если они не уделяют внимания продвижению своей продукции.

На Дальнем Востоке в период с 2015 по 2017 год были произведено от 365 млн. литров до 390 млн литров пива. Конкуренция на пивном рынке Дальнего Востока обостряется. Наиболее привлекательными рынками сбыта являются Приморский край и Хабаровский [5]. Особенно интересен для производителей пива представляет Приморский край как гарантированный источник прибыли. На пивном рынке Приморья имеют свое производство более 20 пивоваренных компаний в том числе ООО «Барк». Основными крупными игроками являются ООО «Балтика» и ОАО «Амур-пиво».

Таблица 1

Доля рынка ООО «Барк» за 2015-2017 год

Продукция	Продажи за 2015 г. литры		Продажи за 2016 г. литры		Продажи за 2017 г. литры	
	В литрах	Доля рынка, %	В литрах	Доля рынка, %	В литрах	Доля рынка, %
ОАО «Амур-пиво»	73 000 000	20	88 567 980	21,88	89 815 000	23,05
ООО «Балтика»	185 420 000	50,8	214 342 600	53	222 140 000	56,8
ООО «Барк»	639 900	0,17	515 489	0,12	578 074	0,15
Другие компании	105 940 100	29,03	100 993 931	25	77 966 926	20
Итого	365 000 000	100	404 420 000	100	390 500 000	100

По данным таблицы видно, что на протяжении 3 лет наибольшую долю рынка занимает ООО «Балтика» и с каждым годом его доля растет. Так же увеличилась доля рынка ОАО «Амур-пиво» если в 2015 году она составляла 20 %, то в 2017 году на выросла на 3,5% и составила 23,5%. Доля рынка ООО «Барк» в 2017 году составила 0,15%. Доля рынка других компаний на протяжении трех лет сокращается если в 2015 году доля рынка на другие компании приходилась 29,3%, то в 2017 году она составила 20% это говорит о том, что небольшие и средние пивоваренные компании не справляются с жесткой конкуренцией. Необходимо отметить, что и доля рынка ООО «Барк» имеет тенденцию к снижению. Рост доли продукции ООО «Балтика» связан с проводимой агрессивной политикой позиционирования и с тем, что она активно продолжает осваивать сегмент безалкогольного пива, вложив во втором квартале 2017 года 57 млн рублей в оборудование для производства безалкогольного пива. При этом активное позиционирование позволяет устанавливать компании достаточно высокие цены на свою продукцию.

Как правило, средние и мелкие пивоваренные компании неохотно

вкладывают финансовые ресурсы в программы продвижения, что снижает их возможности расширять свое присутствие и увеличивать долю рынка. Помимо этого на возможности увеличения объема продаж и роста доли рынка оказывают влияние ряд факторов внешней среды.

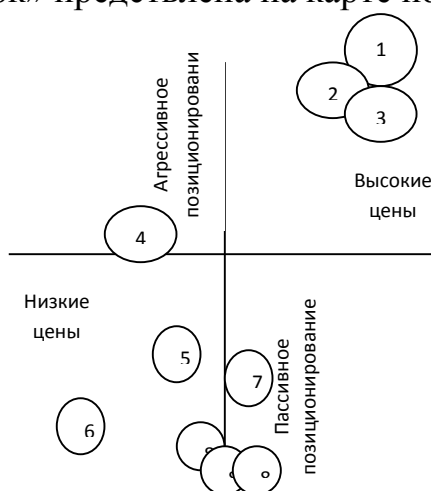
Таблица 2

Основные факторы негативно влияющие на позицию ООО «Барк»

Факторы	
Ужесточение законодательство Российской Федерации. Запрет рекламы пивной продукции (приведет к тому что компании придется пересмотреть свой ассортимент продукции)	Общественные ценности - новое движение здоровый образ жизни. (приведет к дальнейшему снижению спроса на пивную продукцию)
Рост инфляции (5,38). (приведет к росту цен на продукцию)	Снижение доходов населения на 1,7%. (снижение выручки)
Увеличение акциза (на пиво с содержанием спирта от 0,5% до 8,6% с 20 до 21 руб. за литр ,и на пиво с долей спирта свыше 8,6% - с 37 до 39 руб. за литр соответственно). (приведет к росту цен на продукцию)	Колебания курса доллара (так как предприятие закупает некоторое сырье за границей колебание курса доллара может привести к росту затрат и снижению прибыли).

По данным представленных в таблице можно сказать что помимо вышесказанного негативное влияние на развитие ООО «Барк» оказывают политические, экономические и социальные факторы [6].

Позиция ООО «Барк» предствлена на карте позиционирования.



1. «Балтика» 2. «SABMiller» 3. «Efes» 4. «Амурпиво»
5. «Дальпиво» 6. «Уссурпиво» 7. «Барк» 8. Другие компании

Рисунок 4 – Карта позиционирования ООО «Барк» в 2017 году

Представленная карта позиционирования позволяет сделать вывод что «Балтика» «SABMiller» «Efes» имеют достаточно высокие цены, но при этом продукция компании пользуется спросом в связи с тем, что они активно раскручивают свои бренды и те пользуются высоким спросом. У компании «Барк» такой возможности нет так как она выпускает только традиционное пиво, в связи с чем не может использовать каналы массовых коммуникаций для продвижения своей продукции. Отсутствие возможности позиционирования отражается и на финансовых ресурсах компании.

Таблица 6

Финансовые результаты ООО «Барк» за 2015-2017 год

В тысячах рублей

Показатели	2015г.	2016г.	2017г.	Абс. откл.		Темп роста, %	
				2016/ 2015	2017/ 2016	2016/ 2015	2017/ 2016
Выручка	29 526	29 095	35082	-431	5987	-1,5	20,6
Себестоимость продаж тыс. руб.	19 484	24 299	25644	4815	1345	24,7	5,5
Прибыль от продаж, тыс.руб.	4 279	4 796	9438	517	4642	12,1	96,8
Прочие расходы	1674	142	180	-1532	38	-91,5	26,8
Чистая прибыль	2695	3677	7381	982	3704	36,4	100,7

Несмотря на то, что финансовые результаты деятельности ООО «Барк» имеют положительную динамику: растет выручка и чистая прибыль, но при этом ее финансовые ресурсы используются неэффективно, что отражается на себестоимости от продаж и ведет к снижению прибыли от продаж. Так в течении трех лет наблюдается рост запасов и это сказывается на эффективности управления активами компании [7].

Таблица 3

Динамика запасов ООО «Барк» за 2015-2017гг.

В тысячах рублей

Показатели	2015г.	2016г.	2017г.	Отклонение 2016/ 2015		Отклонение 2017/ 2016	
				Абс.	%	Абс.	%
Сырье, материалы и другие аналогичные ценности	2 157 889,5	2 480 232	2 982 980	322 342,5	14,9	502 748	20,3
Готовая продукция	3 375 160,5	2 382 968	3 796 520	-992 192,5	29,4	1 413 552	59,3
Незавершенное производство	54 950	33 800	95 500	-21 150	-38,5	61 700	182,5
Итого	5 588 000	4897 000	6875 000	-691	-12,4	1978	40,4

Анализируя данные таблицы можно сделать вывод, что запасы в 2017 году выросли на 40,4%. При этом запасы сырья выросли на 20,3% или 322 342,5 тысяч рублей, готовой продукции на 59,3% или 1 413 552, запасы незавершенного производства на 182,5% или 95 500 тысяч рублей. Рост запасов связан со снижением спроса на традиционное пиво.

Для сокращения запасов целесообразно для анализируемой компании внедрить в процесс производства безалкогольную продукцию, которая позволит изменить портфель продукции в сторону появления в ассортименте продаж продукции компании безалкогольного пива и это позволит компании продвигать и позиционировать себя на рынке как сегодня делают крупные компании, работающие на пивном рынке Приморского края. Тем более что безалкогольное пиво производится по тому же рецепту, что и традиционное. Во-первых, его делают из того же сырья. Это объясняется очень просто, пивоваренные компании, таким образом, пытаются сохранить у напитка

аутентичный пивной вкус. Во-вторых, сам производственный процесс практически идентичен. Целесообразно сократить запасы за счет переработки в безалкогольное пиво запасов незавершенного производства, для чего необходимо приобретение дополнительного оборудования в частности установки обратного осмоса серии DRO-2540 на сумму 143500 рублей. Чтобы определиться с ценой необходимо провести сравнение цен на безалкогольное пиво.

Таблица 4

Сравнение цен на безалкогольное пиво разных производителей

Наименование марки	Цена в рублях
Пивной напиток безалкогольный нефiltrованный Клиньское	60
Пиво светлое безалкогольное Балтика №0, 0,47 л	60
Пиво безалкогольное светлое Bitburger Drive не пастеризованное фильтрованное,	70
Пиво светлое безалкогольное фильтрованное Jever Fun пастеризованное, 0,47 л	85
Пивной напиток безалкогольный Heineken пастеризованный, 0,47 л	60
Пиво безалкогольное Tuborg 0,47 л	70
Пиво светлое пастеризованное Stella Artois безалкогольное 0,47 л	90
Пивной напиток сильногазированный Bavaria безалкогольный, 0,47 л	75
Средняя цена	71,25

На основании представленных данных в таблице можно сделать вывод что цена на безалкогольное пиво варьируется от 60 до 90 рублей за 0,5 литров в стеклянной бутылке. Минимальная цена составила 60 рублей. Эта продукция принадлежит компании «Балтика» и «САН ИнБев» Средняя цена составляет 71,25 копеек. Компании «Барк» предлагается продавать безалкогольное пиво за 59 рублей, чтобы составить конкуренцию компании «Балтика» и «САН ИнБев».

ООО «Барк» переработав запасы незавершенного производства в безалкогольное пиво сможет охватить новый сегмент рынка, обеспечить его позиционирование и тем самым увеличить свою долю на рынке.

Таблица 5

Прогнозный анализ запасов «Барк»

Показатели	2017г.	Прогноз	Отклонение	
			Абсол.	%
Сырье, материалы и др.	2 982 980	2162480	820500	-27,5
Готовая продукция	3 796 520	3796520	-	-
Незавершенное производство	95 500	-	-	-
Итого	6 875 000	5959000	-916000	-13,3

По данным представленных в таблице видно, что основные изменения в структуре произошли в запасах незавершенного производства. Сырье и материалы уменьшаться на 27,5% в связи как с увеличением объема продаж, так и производством нового вида продукции. В итоге запасы сократятся на 13,3%

При этом можно предположить, что:

1) выручка предприятия увеличится на 1840800 тыс. руб. за счет расширения ассортимента продукции и за счет продвижения, прогноз роста выручки предполагается более чем на 20%.

2) себестоимость продаж увеличится на 4 958 000 тыс. руб. за счет роста затрат на продвижение компанией своей продукции.

4) Налог на прибыль увеличится на 754 400 рублей.

Таблица 6

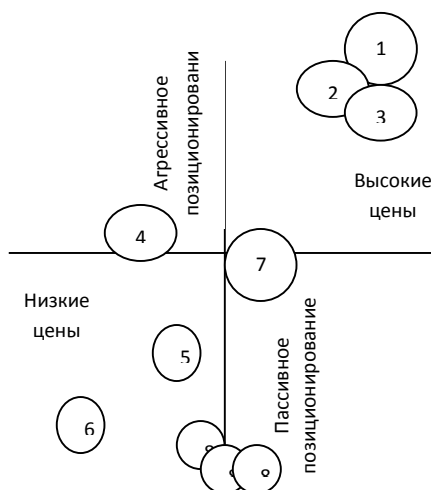
Прогнозный отчет о финансовых результатах ООО «Барк»

В тысячах рублей

Показатели	2017г.	Прогноз	Абс. откл.	Темп роста, %
Выручка	35082	43939,2	8857,2	25,2
Себестоимость продаж тыс. руб.	25644	30602	4958	19,3
Прибыль от продаж, тыс.руб.	9438	13337,2	3 899,2	41,3
Прочие расходы	180	180	-	-
Прибыль до налогообложения	9 258	13157,2	3 899,2	42,1
Налог на прибыль	1877	2 631,4	754,4	40,2
Чистая прибыль	7381	10 525,8	3 144,8	42,6
Рентабельность продаж, %	21	29,9	8,9	-

Проведенный анализ показывает, что в результате реализации предложенных мероприятий выручка вырастит на 25,2% в связи с ведение в ассортимент новой продукции и продвижением продукции на рынке. Себестоимость увеличится на 19,3 % в связи с появлением затрат на позиционирование. Чистая прибыль увеличится на 42,6%. Так же произойдет рост рентабельности продаж на 8,9%.

Предполагается, что измениться и позиция компании на пивном рынке Приморского края. Прогноз позиции ООО «Барк» предствлен на карте позиционирования.



1. «Балтика» 2. «SABMiller» 3. «Efes» 4. «Амурпиво»
5. «Дальпиво» 6. «Уссурпиво» 7. «Барк» 8. Другие компании

Рисунок 5 – Карта позиционирования ООО «Барк» - прогноз

Таким образом, ООО «Барк» переработав свое незавершенное производство в безалкогольное пиво сможет усилить свою рыночную позицию, так же за счет ведения новой продукции компания сможет

продвигать свою продукцию на рынке и охватить новый сегмент рынка исходя из чего увеличит свою долю на рынке. Это усилит рыночную позицию предприятия ООО «Барк», что в свою очередь благоприятно отразится на его конкурентоспособности.

Список литературы:

1. Рынок пива в России: [Электронный ресурс]– Режим доступа: [http://marketing.rbc.ru/research/1207026.shtml? &investigations=2](http://marketing.rbc.ru/research/1207026.shtml?&investigations=2) -
2. Рынок пива в России продолжает падать [Электронный ресурс] - Режим доступа: Sostav.ru<http://www.sostav.ru/publication/rynok-piva-v-rossii-prodolzhaet-padat-31087.html>
3. Рынок пива сократился на 4,9%, до 744,5 млрд. руб. в 2018 году [Электронный ресурс]- Режим доступа: https://www.dp.ru/a/2018/04/05/Rinok_piva_sokratilsja_na
4. Курс на ЗОЖ: безалкогольное пиво трансформирует рынок пива в целом [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://m.saint-petersburg.ru/tilda/26756/page1767928.html>
5. О ситуации на пивном рынке Дальнего Востока [Электронный ресурс]– Режим доступа: <http://www.nubo.ru/news/pz/pz-primpivo/002.html>
6. Царева Н.А. Особенности социальной стратификации населения в Приморском крае // Фундаментальные исследования. - 2014. - №12-10. - С.2261-2264.
7. Банк В. Р. Финансовый анализ: учеб. пособие / В.Р. Банк, С. В. Банк. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2011, — 344 с.