

Исследования компании AS Marketing



# Разольем приоритеты

## ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА ВОДКИ

Несмотря на значительное снижение объема выпуска водки в начале 2011 года, по мнению аналитиков компании AS Marketing, темпы производства компенсируются и к концу года будут равны показателям 2010 года.

Технология производства водки является максимально простой, а специфические технологические приемы и особенности в основном являются лишь маркетинговыми ходами. Поэтому предприятия – производители водки представлены практически в каждом регионе России. Водка является наиболее массовым алкогольным напитком, выпускаемым российской винно-водочной промышленностью: объемы ее производства значительно превышают объемы выпуска других алкогольных напитков, в том числе всех видов вин суммарно, включая игристые. Еще более значительно доминирование водки в производственной структуре отрасли в пересчете на абсолютный алкоголь. В то же время начиная с середины 2000-х годов наблюдается тенденция к постепенному уменьшению преваляирования водки в производственной структуре отрасли. Это происходило за счет более динамичного роста выпуска вин\* – особенно игристых, производство которых за десятилетие увеличилось более чем втрое. Согласно данным ФСГС, в 2009 году производство водки соста-

\* Без учета винодельческой продукции.

вило 92 млн дкл, а производство вина – 73,7 млн дкл (табл. 1). В 2010 году производство этих видов алкоголя выросло соответственно до 95,4 и 80,4 млн дкл.

Согласно официальным данным Росстата, максимальные объемы производства водки и ликеро-водочных изделий в России – более 200 млн дкл в год – были достигнуты в советский период, в 1980-е годы. В течение 1990-х годов объем их выпуска снизился. Объем производства водки увеличился

Рисунок 1. СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА ВОДКИ ПО ПРЕДПРИЯТИЯМ В 2010 ГОДУ в натуральном выражении, %



лишь в 2010 году – на 3,7% по отношению к показателю 2009 года.

Крупнейшими российскими регионами по производству водки и ликеро-водочных изделий в последние годы, согласно данным Росстата, являются Московская область, Москва, Кабардино-Балкария, Омская область, Санкт-Петербург, Татарстан и Башкортостан, а так-

Рисунок 2. СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ ВОДКИ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ В 2010 ГОДУ в натуральном выражении, %



Таблица 1. ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ  
В 2009–2010 ГОДАХ, млн дкл

ВИДЫ АЛКОГОЛЯ	2009 ГОД	2010 ГОД
Водка и ликеро-водочные изделия	113	108*
Водка	92	95,4
Коньяки	12,6	9
Вина	73,7	80,4
Вина виноградные и плодовые	54,3	58*
Вина шампанские и игристые	19,4	22,4

Источник: данные ФСГС, оценка AS Marketing.

\* Оценка AS Marketing.

же Кемеровская область. В этих регионах расположены крупнейшие профильные предприятия-производители, к числу которых относятся ЗАО «ЛВЗ «Топаз» (Московская область), ОАО «Московский завод «Кристалл», ООО «Омсквинпром» (г. Омск), ОАО «Татспиртпром» (Республика Татарстан), ОАО «Башспирт» (Республика Башкортостан) и ООО «Традиции качества» (Москва). На TOP-10 предприятий приходится почти половина выпускаемой в стране водки, причем тройке лидеров принадлежит четверть выпускаемого объема (рис. 1).

Наиболее «пьющими» водку регионами являются Республика Карелия, Республика Коми, Чувашская Республика, Татарстан, Тверская, Архангельская, Калининградская, Ленинградская и Псковская области. Самое низкое среднедушевое потребление водки характерно для большинства регионов Северо-Кавказского и Южного федерального округов. Структура потребления водки на внутреннем рынке в разрезе федеральных округов представлена на рисунке 2.

Водка является весьма специфичным товаром с точки зрения ценообразования, на которое основное влияние оказывают налогово-фискальная политика государства и рекламно-маркетинговые усилия производителей, а отнюдь не качество продукта и его себестоимость. Необходимо отметить, что относительные цены на водку в России по-прежнему существенно ниже, чем они были в СССР — по паритету покупательной способности населения.

Согласно данным ФСГС, за период с 2005-го по 2011 год (первые 5 месяцев года) цены на водку обычного качества в РФ выросли на 68%, что не превышает уровень инфляции и значительно ниже динамики цен на продовольственные товары.

Цены на премиальную водку за этот период выросли на 52%, то есть, несмотря на регулярное повышение акцизов, водка дорожает весьма умеренными темпами.

В структуре розничной цены на водку ее себестоимость составляет лишь четверть от совокупной величины всех слагаемых, причем расходы на основное сырье — спирт — составляют немногим более 5%. Основную долю в конечной стоимости водки составляют налоги и акцизы: так, например, в 2008 году на них приходилось порядка 43% в цене водки для потребителя.

На мировом рынке водки Россия традиционно выступает в качестве одного из трех важнейших поставщиков, являясь, как правило, нетто-экспортером. По официальным данным внешнеторговой статистики ЮНКТАД, крупнейшими зарубежными покупателями отечественной водки являются Украина, США и Армения.

Главным экспортером водки в Россию является Украина, на которую приходится почти 90% всех поставок в натуральном и более 60% — в стоимостном выражении (рис. 3). К числу основных поставщиков также относятся традиционные страны — производители водки — Финляндия и Франция.

В обозримой перспективе водка останется «первым» алкогольным напитком на российском рынке винно-водочной продукции. В краткосрочной перспективе для легальных производителей ситуация может улучшиться при активизации борьбы государства с нелегальным алкоголем — особенно из Северо-Кавказского региона. По оценкам AS Marketing, нелегальный алкоголь занимает 35–40% российского рынка\*\*,

\*\* Доля нелегального алкоголя рассчитана из разницы между официальным производством и официальными розничными продажами, по данным ФСГС: в 2010 году официальное производство составило 94,5 млн дкл, а розничные продажи — 130,8 млн дкл.

# 22-26 ноября 2011

fieramilano Rho – Италия

павильоны 9-11-13-15

время работы 9.00-18.00

# 24<sup>я</sup> SIMEI

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА  
ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ РОЗЛИВА

**SIMEI**

мировой лидер среди выставок  
машин, оборудования и изделий для  
**производства бутылирования  
и упаковки напитков**

посетите наш сайт [www.simeit.it](http://www.simeit.it)



via San Vittore al Teatro, 3 - 20123 Milan - Italy  
tel. +39 02 72222825/26/28 - fax +39 02 866575  
[www.simeit.it](http://www.simeit.it) – [info@simeit.it](mailto:info@simeit.it)



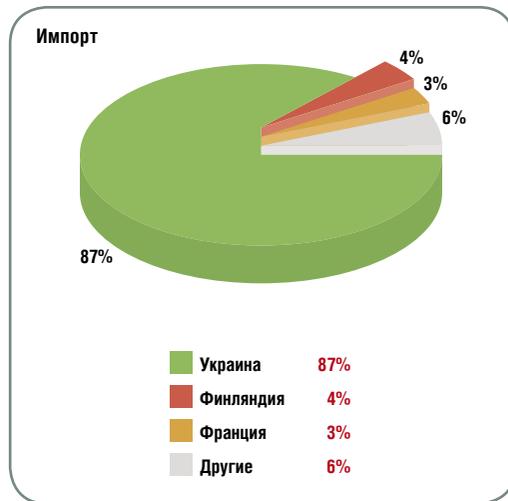
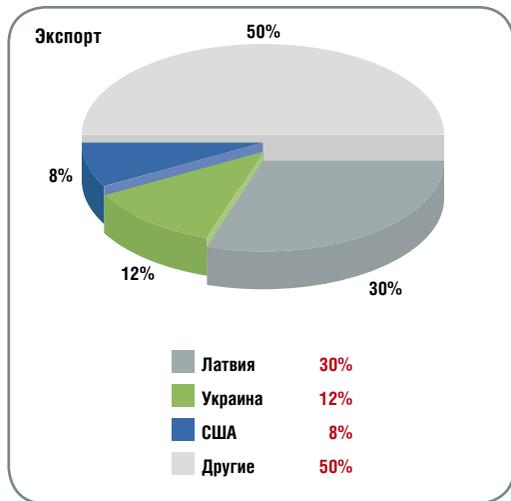
Hotel and Travel  
[www.interexpoevent.it](http://www.interexpoevent.it)

**SIMEI**

**Офис Секретариата  
выставки в России:**

Москва, М. Грузинская ул., 20  
тел. +7 499 2523366  
факс +7 499 2521216  
[Interexpo@list.ru](mailto:Interexpo@list.ru)

Рисунок 3. СТРУКТУРА ЭКСПОРТА И ИМПОРТА ВОДКИ В 2010 ГОДУ в натуральном выражении, %



и в случае успеха его ниша может перейти к легальным продуцентам. Но даже при усилении тенденции к снижению потребления водки в России имеется потенциал роста ее производства легальными производителями на 20–25%.

Только смена поколений и соответствующих потребительских предпочтений в сфере алкогольных напитков в недалеком будущем может привести к утрате водкой своих позиций на российском рынке. Тем не менее начало такой тенденции уже начинает прослеживаться: вина, игристые напитки, пиво, другие алкогольные напитки постепенно размывают абсолютный приоритет водки на отечественном рынке. Объективная тенденция к диверсификации потребления алкогольных напитков с ростом благосостояния и культурно-образовательного уровня жителей страны будет укрепляться.

## Review of Russian Vodka Market

Despite significant decline of vodka production in early 2011 this decline will be balanced to make 2011 bottom line equal to 2010, according to “AS Marketing”.

Vodka distilling technology is extremely simple, while the advertised technological peculiarities and special properties are nothing but promotion tricks. That’s why vodka distilleries can be found practically in every region of Russia.

Vodka is the mass alcohol drink: its production volume significantly exceeds aggregate production volume of all other alcohol drinks including all kinds of wine (still and sparkling). On pure alcohol basis share of vodka in alcohol production is even larger. However, since mid 2000s dominance of vodka in production volume of alcohol industry started to decline. This trend was mainly driven by vibrant growth of wine production\*, especially of sparkling ones – in this category production volume saw more than 3 times increase during the recent decade. According to Federal State Statistics Service

\* Wine products are not taken into account.

(FSGS), in 2009 Russia produced 92 million dal of vodka and 73.7 million dal of wine. In 2010 production volumes of the said alcohol categories constituted respectively 95.4 and 80.4 million dal.

According to Rosstat, vodka and liquors market saw maximum production volumes – over 200 million dal annually – in Soviet times, in 1980s. In 1990s production of vodka and liquors declined. Vodka again saw year-to-year increase of production volume just once – by 3.7% in 2010.

The largest production volumes of vodka and liquors, according to Rosstat, are registered in Moscow Region, Moscow, Kabardino-Balkaria, Omsk Region, Saint Petersburg, Tatarstan and Bashkortostan, and also in Kemerovo Region. Production volume in the named regions is driven by facilities of the largest manufacturers located there, like “LVZ “Topaz” CJSC (Moscow Region), “Moskovsky Zavod (Moscow Plant) “Crystal” OJSC, “Omskvinprom” LLC, “Tatspirtrom” OJSC (Republic of Tatarstan), “Bashspirt” OJSC (Republic of Bashkortostan) and “Traditsii Kachestva (Traditions of Quality)” LLC (Moscow). Top-10 companies provide almost half of vodka production in the country with top four manufacturers controlling a quarter of production volume.

The highest consumption of vodka is observed in Republic of Karelia, Komi Republic, Chuvash Republic, Tatarstan, Tver Region, Arkhangelsk Region, Kaliningrad Region, Leningrad Region and Pskov Region. The lowest per capita consumption of vodka is typical for the majority of regions in the North Caucasian and the Southern Federal Districts.

Pricing on vodka market is quite specific; this process is determined rather by state taxing/fiscal policy and promotional effort of manufacturers than by product quality and actual production costs. It should be mentioned that relative prices for vodka (in parity to purchasing power of population) in Russia are still significantly lower than they used to be in Soviet times.

According to FSGS during 2005 – first five month of 2011 price for standard vodka in Russia increased by 68% which does not exceed infla-

tion rate and is far behind price increase for food products. Price for premium vodka increased by 52% during the same period – as we see, despite regular increase of excise taxes vodka price grows at quite moderate rate.

Production expenses constitute just a quarter of vodka unit price, with basic raw material – ethanol – accounting for a little more than 5%. Major shares in ready vodka unit price belong to taxes and excise payments; in 2008 these components had as much as 43% of consumer price.

On global vodka market Russia is one of the three largest suppliers, as a rule playing the role of net exporter.

Meanwhile the largest exporter of vodka to Russia is Ukraine with almost 90% of supplies in volume and over 60% – in value. Other important suppliers of vodka to Russia are Finland and France – also traditional vodka producers.

In the nearest future vodka will remain “number one” spirit of Russian alcohol market. In short term perspective situation can get improved for legal manufacturers provided the state takes more efficient measures to fight unaccounted alcohol coming first of all from the North Caucasus. According to “AS Marketing’s” estimations, unaccounted alcohol has 35–40% of Russian alcohol market\*\*, and in case of successful fight the dent will be filled by legal manufacturers. Even in case vodka consumption in Russia continues the descending trend, legal manufacturers have some 20–25% of the market to fight for.

Only change of generations and respective change of habits for alcohol consumption can make vodka loose its positions on alcohol market. However, first traces of this trend can be seen already: wine, sparkling alcohol, beer and other alcohol drinks gradually “erode” absolute dominance of vodka on Russian alcohol market. Consumption of alcohol drinks will be naturally diversified along with improvement of consumers’ affluence, culture and education.

*Тимур Казанцев,  
директор компании AS Marketing*

\*\* Share of unaccounted alcohol was calculated as difference between official production volume and official retail sales volume, according to FSGS: in 2010 official production volume was 94.5 million dal, official volume of retail sales – 130.8 million dal.

## AS MARKETING

Компания основана в 1994 году и специализируется на комплексном маркетинге и стратегическом консалтинге.

В активе компании:

- более 200 успешных проектов, реализованных на территории России, в странах ближнего и дальнего зарубежья;
- приобретен неоценимый опыт анализа различных рынков, как FMCG, так и отраслевых;
- компании AS MARKETING доверяют более 450 клиентов.

Специалисты компании благодаря богатому опыту, профессионализму и высокой квалификации помогут вам найти правильное решение.

+7 (495) 638-5559 • www.asmarketing.ru