

Петр Поликарпов

Компания "Очаково" выпускает более ста наименований высококачественных напитков
ПРОШЛЫЙ год оказался для компании "Очаково" успешным: 250 миллионов рублей чистой прибыли - такой главный финансовый результат показало одно из крупнейших предприятий пивобезалкогольной отрасли России. По сравнению с 2006 годом этот показатель вырос на 8 процентов
Выручка компании (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей) выросла на 4,5 процента и составила 7394 миллиона рублей в денежном выражении. Рост чистой прибыли компания связывает в первую очередь с ростом выручки за счет увеличения и прибыльности продаж

В 2007 году компания "Очаково", выпускающая более 100 наименований высококачественных напитков, среди которых пиво, квас, питьевые и минеральные воды, безалкогольные и слабоалкогольные напитки, вино, водка, бальзамы и ликер, реализовала на 3 процента больше продукции, чем в 2006 году

Массированная рекламная поддержка в 2007 году и ряд других мер по увеличению выручки и прибыльности обеспечили запланированный общий рост продаж, а также увеличение доли более маржинальных продуктов.

По решению совета директоров компании прибыль холдинга за 2007 год была полностью направлена на дальнейшее развитие предприятия. В 2007 году в бюджеты всех уровней компанией было перечислено 2,69 миллиарда рублей.

Больше кваса

Больше всего - на 36 процентов - выросла продажа кваса, который является натуральным продуктом, признанным лидером рынка по продажам и своим потребительским качествам. На увеличении объемов и повышении доходности продаж кваса положительно отразились рост рынка и рекламной активности компании, продвижение кваса как всепогодного напитка, и, конечно, высокое качество продукции

Квас - категория, в последние годы демонстрирующая наиболее динамичное развитие. По данным **"Бизнес Аналитики"**, сегмент бутилированного кваса в последние годы растет быстрее, чем весь рынок "газировки". За последний год общий объем продаж в данной категории вырос примерно вдвое, в то время как прирост рынка лимонадов не превышает 8 процентов. По прогнозам аналитиков, рост рынка кваса в 2008 году составит 35 процентов, рост рынка безалкогольных напитков (включая квас) составит 8 процентов. Квас становится всепогодным напитком.

Количество конкурентов на рынке постоянно увеличивается, а сам рынок - укрупняется, нынешние ГОСТы отсекали все квасные химические напитки, что способствует вытеснению заводов, пытающихся продать газировку под видом так называемых квасных напитков

В настоящее время компания "Очаково" является крупнейшим игроком этого сегмента: на ее долю приходится более 2/3 продаж бутилированного и разливного кваса на московском рынке

В 2007 году квасу "Очаковский" присвоено звание "Народная марка". Кроме того, квас становится не только всепогодным, но и интернациональным напитком. Компания реализует квас в более 20 зарубежных странах. Большие объемы поставок идут в США, Германию, Польшу, Молдову. Ряд очаковских партнеров заключают договоры исключительно на поставку кваса. В компании отмечают и значительный рост спроса на квас для детей "Квасёнок". Особенно высоким спросом пользуются квасы "Очаковский" и "Квасёнок" в упаковке объемом 0,4 литра

Лучше пиво

Продажи пива выросли на 2 процента, что является хорошим показателем, так как по итогам 2006 года у компании "Очаково" наблюдался спад продаж пива на 7 процентов, поскольку в 2006 году была принята стратегия на снижение доли низкоценового сегмента и увеличение доли сегмента премиум, что привело к запланированным издержкам. Несмотря на то, что показатели роста компании отстают от роста рынка пива, итоги 2007 года показали, что решение о переходе на высокомаржинальные продукты было оправданно - по итогам 2007 года рост сегмента премиального пива составил 70 процентов.

"Стратегия предприятия заключается в переходе на более высокомаржинальные продукты, - подчеркивает президент компании "Очаково" Алексей Кочетов. - В последние годы наблюдается рост премиального сегмента. Мы предложили покупателям линейку пива "Очаково Премиум": "Светлое", "Черное", "Изумруд" и "Рубин". Каждый из сортов обладает особым вкусом и цветом. Как показали продажи в 2007 году, наше премиальное пиво нашло своих потребителей и успешно конкурирует на рынке с премиальными сортами других производителей"

Для достижения стратегической цели вступления в высокоприбыльный суперпремиумсегмент 12 декабря 2007 года на Московском пивобезалкогольном комбинате "Очаково" состоялось подписание соглашения о розливе лицензионного пива "Кальтенберг" между "Очаково" и фирмой "Кёниг Людвиг Интернациональ" - передача ноу-хау и права на использование товарного знака. Выход на рынок запланирован летом 2008 года

Компания "Кёниг Людвиг Интернациональ" является владельцем популярных во всем мире торговых марок: "Кальтенберг", "Кёниг Людвиг Дункель", "Кёниг Людвиг Вайсбир". Королевская торговая марка обладает высокой привлекательностью во всем мире, так как она опирается на уникальную 700-летнюю баварскую пивную историю и опыт 738-летнего правления королевского дома семьи Виттельсбахов в Баварии.

Пиво "Кальтенберг" будет выпускаться на двух заводах - в Москве и Краснодаре, что позволит оптимально обеспечить логистику и доступность пива для потребителей. В среднесрочной перспективе планируется выйти на объем лицензионного пива в 25 миллионов литров в год - более 5 процентов всего пивного производства компании "Очаково"

Продажи слабого алкоголя в 2007 году снизились на 47 процентов из-за увеличения акцизов на спирт и как следствие - снижения покупательской способности населения. Аналогичную динамику по слабому алкоголю показывают все участники рынка. Дело в том, что в России в отношении структуры потребления алкоголя все еще сохраняется перевес в пользу крепких спиртных напитков. Но наметилась тенденция в сторону смещения потребления в пользу натуральных и менее крепких.

Шире ассортимент

В 2007 году компания "Очаково" провела серьезную и трудоемкую работу в части стандартизации всего ассортимента по холдингу. Этот шаг позволил сфокусировать маркетинговые программы, значительно оптимизировать логистические затраты, так как появилась возможность отгружать продукцию с разных производственных площадок, что положительно сказалось также на взаимодействии с федеральными сетями.

"Мы постоянно работаем над расширением ассортимента. Это непрерывный и многогранный процесс: мы стараемся учитывать тенденции спроса, прислушиваемся к веянию времени, - отмечает Алексей Кочетов. - При этом мы придерживаемся главной стратегической линии в своей деятельности - забота об укреплении здоровья нынешнего и будущих поколений. Выпуская качественные напитки без консервантов и синтетических ингредиентов, предприятие вносит посильный вклад в укрепление здоровья наших потребителей. Ассортимент безалкогольных напитков постоянно растет".

Так, компания постоянно расширяет серии сокодержавших напитков под названием "Джустим", лимонадов "Ах!" и линейку квасов. Кроме того, в 2008 году планирует расширить линейку детских натуральных квасов "Квасёнок", которые являются альтернативой напиткам, содержащим искусственные и химические добавки.

Перспективные направления

Общая программа по увеличению объемов и прибыльности продаж была поддержана наращиванием производственных мощностей. Так, в мае 2007 года состоялось официальное открытие тюменского завода "Очаково". Планируемые мощности завода - 12 миллионов декалитров пива и 4,5 миллиона декалитров кваса ежегодно. В 2007 году на "подведомственной" тюменскому "Очаково" территории было реализовано продукции в 1,5 раза больше, чем в предыдущем сезоне. Отмечена положительная динамика роста продаж основных брендов пива "Очаково Премиум" - на 67,3 процента и кваса "Очаковский" - на 57,3 процента.

В 2007 году компания "Очаково" начала реализацию проекта "Спортбары". Проект поддерживается правительством Москвы, тесная работа ведется с департаментом потребительского рынка и услуг города Москвы и департаментом науки и промышленной политики столицы.

А сама компания "Очаково" в ближайшие несколько лет планирует создать демократичные пивные и молодежные квасные спортбары по всей Москве. В данный момент у компании есть несколько прототипов спортбаров в Пензе, Белгороде, ведется строительство спортбара в Тюмени. По итогам 2007 года "Очаково" показало себя как активный игрок рынка. Главным итогом работы компании явилось стабильное развитие за счет диверсификации производства и маркетинговых усилий по переходу на высокомаржинальные продукты.

Маркетинговая активность компании в 2008 году будет нацелена на продвижение высокомаржинальных продуктов, лицензионного пива и кваса "Очаковский". Запланирована

широкомасштабная рекламная кампания - в 2008 году расходы на рекламу будут существенно перераспределены в сторону размещения на телевидении и радио. Всего на эти цели выделено 30 миллионов долларов.

Общероссийский выпуск

Петр Поликарпов Русский квас - это раз... // Российская газета. 16.05.2008.-104.- С.4