

УДК 338.

Э.В.Иванова (6 курс, каф. МБ), Е.Р.Счисляева, д.э.н., проф.

## ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

Структура российского рынка безалкогольных напитков постепенно меняется в пользу питьевых и минеральных вод за счет сокращения доли сладких газированных напитков. По данным исследователей, на долю минеральной и питьевой воды приходится около 66%, напитки, содержащие колу, занимают 9%, «ретро»-напитки («Тархун», «Байкал», «Саяны») – 8%. Все остальные – с фруктовым вкусом, квас, сокодерживающие – составляют 17% рынка.

СОСА-COLA в будущем году откроет новый дивизион, который будет управлять рынками России, Украины и Белоруссии, со штаб-квартирой в Москве. Ключевым станет российский рынок, в котором крупнейший мировой производитель безалкогольных напитков намерен вкладывать не менее \$150млн. в год.

По мнению главы СОСА-COLA Невилла Исделла, российский рынок по производству безалкогольных напитков является быстрорастущим и перспективным. Интерес компании к России настолько велик, что на днях она, стремясь не испортить отношения с властями РФ, даже официально призналась в нарушении антимонопольного законодательства и согласилась выполнить требования ФАС, отказавшись от заключения эксклюзивных контрактов с НоReСа в Красноярске. Но самое большое доказательство своей заинтересованности компания представила рынку весной этого года, купив за \$501 млн. соковую компанию «Мултон». По итогам четырех месяцев этого года «Мултон» занимает второе место на соковом рынке с долей в 24,7%. Он ненамного отстает от ЭКЗ «Лебедянский», на долю которого приходится 26,7% рынка. Хотя глава СОСА-COLA не уточнил, куда пойдут инвестиции, не исключено, что вложения обострят борьбу за лидерство прежде всего на соковом рынке. В отрасли газированных напитков компания является бесспорным лидером, занимая в России 48,7% рынка. Теперь СОСА-COLA сможет сосредоточиться на рынке и оптимизировать процессы управления бизнесом.

Общее количество марок минеральной и питьевой воды, имеющих в продаже в Москве, очень велико – более сотни. При этом по-настоящему популярными являются около тридцати. Сегодня увеличение продаж минеральных вод идет очень быстрыми темпами, общий прирост продаж в год составляет 10–15%. Особенно ярко эта тенденция проявляется в больших городах и регионах с неблагоприятной экологической обстановкой. Теперь стали также пользоваться спросом крупные упаковки с питьевой водой, которые нередко употребляются для бытовых нужд. Но это, конечно, характерно в большей степени для крупных городов. Впрочем, несмотря на быстрые темпы развития, до насыщения рынка еще далеко – если в Польше среднестатистический потребитель выпивает 40 литров бутилированной воды в год, в Чехии – 50, а в Западной Европе – в среднем 70 литров, то в России этот показатель составляет всего 15 литров.

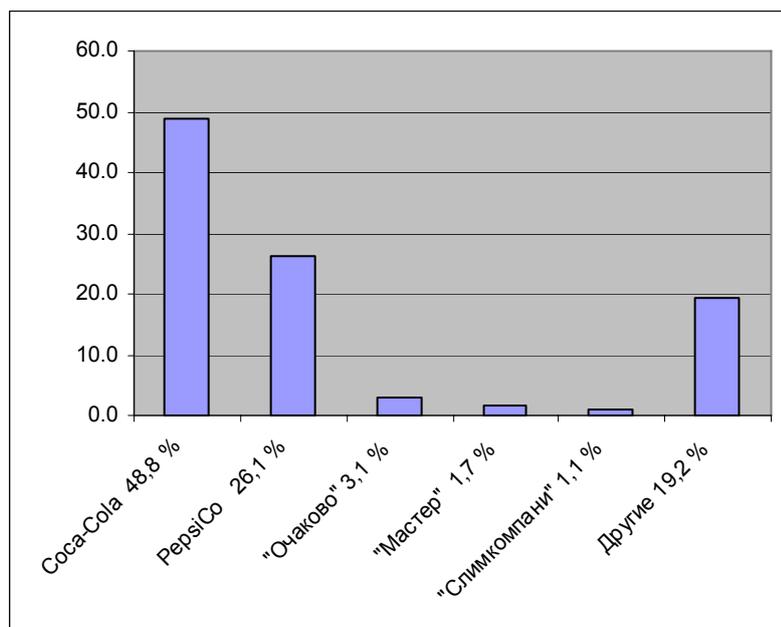


Рис. 1

Структура российского рынка газированных безалкогольных напитков (март-август 2005 г.) представлена на рис. 1.