

Структура предложения безалкогольных напитков на рынке Екатеринбурга

Мария П. Соловьева¹ mpsolovyova@gmail.com

Дмитрий А. Карх¹ Dkarh@mail.ru

Ольга В. Чугунова¹ chugun.ova@yandex.ru

¹ Уральский государственный экономический университет, ул. 8 Марта, 62, г. Екатеринбург, 620144, Россия

Реферат. Сегодня актуальными являются исследования региональных рынков и потребительских предпочтений в сегменте безалкогольных напитков. Это связано с насыщением рынка и растущей конкуренцией внутри данного сегмента. Изучение рынка служит основанием для оценки перспектив развития как отдельного предприятия, так и отрасли в целом. В рамках исследования осуществлен анализ ассортимента безалкогольных напитков, производимых и реализуемых на территории города Екатеринбурга. Отражено положение определенного товара относительно всех маркетинговых позиций в рамках региона. Установлено, что ассортимент безалкогольных напитков характеризуется видовым разнообразием, наибольшую долю из которого занимают напитки на ароматическом сырье (41,6%), соки и сокосодержащие напитки (28,2%), питьевая и минеральная бутилированная вода (21,4%), представленные различными торговыми марками. Лидерами рынка являются две крупные зарубежные компании. «Coca-Cola Company» с торговыми марками «Coca-cola», «Fanta», «Sprite», «Nestea», «Добрый», «Bon Aqua» и компания «Pepsi Co Russia» представляющая торговые марки «Pepsi» «Mirinda» «7up» «Тонус» «Русский дар». По насыщению диоксидом углерода на рынке наибольшую долю занимают среднегазированные (40,4%) и сильногазированные (39,1%). Намного меньшую долю занимают слабогазированные – 13,5%, и самую меньшую долю занимают негазированные – 6,96%. Такая структура оправдана тем, что диоксид углерода активно используется производителями безалкогольных напитков в качестве консерванта, регулятора кислотности и антиоксиданта. Исследования упаковочных материалов показали, что производители используют полимерные материалы, металл, стекло и комбинированную упаковку. Основными тенденциями рынка являются повышение требований потребителей к качеству и информации о предлагаемых напитках, рост числа потребителей, уделяющих внимание ингредиентному составу и влияние на рынок трендов здорового питания.

Ключевые слова: безалкогольные напитки, предложение, анализ ассортимента, тенденции рынка

The structure of the soft drinks supply at the market of Yekaterinburg

Maria P. Solovyova¹ mpsolovyova@gmail.com

Dmitriy A. Karh¹ Dkarh@mail.ru

Olga V. Chugunova¹ chugun.ova@yandex.ru

¹ Ural state university of Economics, 8 Marta st., 62, Yekaterinburg, 620144, Russia

Summary. Nowadays research of the regional markets and consumers' preferences in the soft drinks segment are actual. This is associated with the saturation of the market and increasing competition within the segment. The research of the market is the base for the assessments of the prospects for the certain enterprise and for the sector development. Analysis of the assortment of the made and sold at the Yekaterinburg soft drinks was realized. The article shows the position of the good relative to the all-marketing positions in the region. It has been established that assortment of the soft drinks is characterized by the diversity of the types and drinks on the basis of the aromatic staff prevail (41,6%), juice and juice-contained beverages (28,2%), mineral and drinkable bottled water (21,4%) with different trademarks prevail. Leaders of the market are two big foreign companies. "Coca-Cola Company" with trademarks "Coca-cola", "Fanta", "Sprite", "Nestea", "Dobriy", "Bon Aqua" and the company "Pepsi Co Russia" representing trademarks "Pepsi" "Mirinda", "7up", "Tonus", "Russkiy Dar". According to strength saturation with carbon dioxide medium carbonated drinks (40,4%) and strong carbonated drinks (39,1%) prevail. The light carbonated drinks are much smaller and account 13,5%, and non-carbonated drinks are the smallest part of the market (6,96%). The reason of that structure that the carbon dioxide is actively used by the soft drinks producers as a preservative, regulator of the acidity and antioxidant. The research of the package show that the producers use polymeric materials, metal, glass and combined pack. The main trends of the market are increasing consumer requirements to the quality and information about the proposed drinks, the growth of the number of consumers that attend to the ingredients and the impact of "the healthy food choice" on the market.

Keywords: soft drinks, supply, analysis of assortment, market trends

Для цитирования

Соловьева М.П., Карх Д.А., Чугунова О.В. Структура предложения безалкогольных напитков на рынке Екатеринбурга // Вестник ВГУИТ. 2017. Т. 79. № 1. С. 338–342. doi:10.20914/2310-1202-2017-1-338-342

For citation

Solovyova M.P., Karh D.A., Chugunova O.V. The structure of the soft drinks' supply at the market of Yekaterinburg. *Vestnik VGUIT* [Proceedings of VSUET]. 2017. Vol. 79. no. 1. pp. 338–342. (in Russian). doi:10.20914/2310-1202-2017-1-338-342

Введение

Сегменту рынка безалкогольных напитков среди прочих продовольственных рынков г. Екатеринбурга принадлежит особое место. С учетом того, что в каждом регионе процесс становления и развития рынка напитков осуществляется с различной интенсивностью, их ассортимент существенно различается в зависимости от наличия отечественных и иностранных производств на территории региона. Рыночная ситуация подвержена влиянию экономических, демографических, климатических и других условий.

Поэтому актуальными являются исследования региональных рынков и потребительских предпочтений, а именно потребительская оценка представляется наиболее интересной.

Растущая конкуренция привела к насыщению рынка г. Екатеринбурга безалкогольными напитками. Это ставит перед региональными производителями задачу сохранения рынка сбыта и, по возможности, его расширения, увеличения собственной рыночной доли или поиск ниши, способной обеспечить сбыт производимой продукции. В условиях конкуренции меняется подход к ценообразованию, встают вопросы планирования товарного ассортимента.

Изучение рынка служит основанием для оценки перспектив его развития, позволяет сформировать обоснованную программу экономического развития отдельного предприятия, ориентированную на потребности рынка и потому способную создать основу для эффективного ведения хозяйственной деятельности [4]. Информация о состоянии и развитии рынка, помимо практического значения, играет решающую роль в становлении современной экономической науки.

Покупательский спрос выступает в качестве основного фактора, влияющего на формирование ассортимента, которое направлено на максимальное удовлетворение спроса населения. И вместе с тем на активное воздействие на спрос оказывают влияние факторы социального и экономического характера, такие как: размеры денежных доходов населения, его численность, социальный и половозрастной состав; уровень розничных цен и соотношений; географические и климатические особенности проживания населения и др. [6].

Традиционно в России наиболее популярным видом безалкогольных напитков являются газированные воды на ароматизаторах с добавлением сахара. В 2010–2015 гг. в Российской Федерации на их долю в продажах приходилось

до 80%. Преобладание этой категории безалкогольных напитков над прочими объясняется рекламой, популярностью и известностью всевозможных лимонадов (Coco cola, Pepsi cola) среди покупателей. Квас и другие напитки брожения занимают второе место в объеме продаж. Доля реализации данных напитков составляла в среднем по России 15,6% [6].

В то же время, зарубежные исследователи отмечают, что основным источником воды для всех возрастных групп является обычная питьевая вода, а потребление других безалкогольных напитков варьируется в зависимости от возраста [8]. А основными видами напитков с наибольшим приростом потребления отмечены бутилированная питьевая вода, энергетические напитки и ароматизированная вода [9].

Материалы и методы исследования

Теоретические данные обзоров, научных материалов, нормативных документов, а также периодических изданий и интернет-ресурсов обрабатывали методами сравнения, обобщения и систематизации.

В целях исследования и анализа рынка безалкогольных напитков и потребительских предпочтений в отношении разрабатываемых напитков были проведены маркетинговые исследования анкетным методом с элементами собеседования среди населения г. Екатеринбурга и Свердловской области. Исследование рынка безалкогольных напитков проводили методом моментных наблюдений на предприятиях розничной торговой сети г. Екатеринбурга.

Полученные результаты и их обсуждение

Анализ ассортимента безалкогольных напитков на рынке г. Екатеринбурга, был проведен на примере торговых сетей: «Купец», «Кировский», «Монетка», «Звездный», «Мега-март», «Ашан», представленных во всех районах города и имеющих приблизительно одинаковую ассортиментную матрицу (рисунок 1).

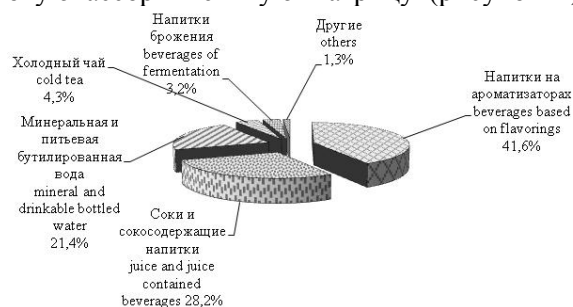


Рисунок 1. Структура ассортимента безалкогольных напитков на рынке г. Екатеринбурга

Figure 1. Structure of assortment of the soft drinks at the market of Yekaterinburg

Установлено, что ассортимент безалкогольных напитков характеризуется видовым разнообразием, наибольшую долю из которого занимают напитки на ароматическом сырье (41,6%), соки и сокосодержащие напитки (28,2%), питьевая и минеральная бутилированная вода (21,4%), представленные различными торговыми марками.

Следует отметить тенденцию снижения темпов роста рынка безалкогольных газированных напитков. Происходит постепенное насыщение рынка, с другой стороны – все большую конкуренцию газированным напиткам на ароматизаторах с добавлением сахара (лимонадам) составляют минеральная вода и соки, что обусловлено стремлением потребителя следовать принципам здорового питания. На основе экспертных данных аналитики «Евроресёрч и Консалтинг», динамика развития категории кваса в период с 2012 по 2015 год составляет 11–12% в натуральном и 17–19% в стоимостном выражении ежегодно. Таким образом, в 2015 году объем рынка кваса составил порядка 26 млрд литров (780 млн рублей). Для категории газированных напитков рост прогнозируется на уровне 10–11% и 12–14% в натуральном и стоимостном выражении соответственно (или порядка 116 млрд литров на 3,5 млрд рублей в 2016 году). В свою очередь, рынок бутилированной воды до 2018 года будет прирастать на 6–8% в натуральном выражении ежегодно [7].

Основные производители, присутствующие на рынке г. Екатеринбурга, представлены на рисунке 2.

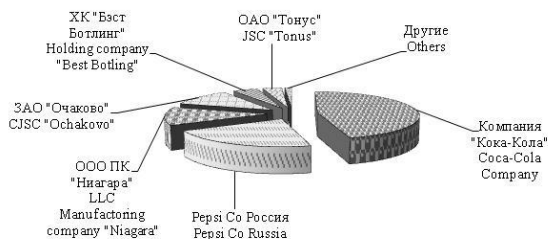


Рисунок 2. Производители безалкогольных напитков на рынке г. Екатеринбурга

Figure 2. Producers of the soft drinks at the market of Yekaterinburg

Из данных рисунка видно, что лидерами на рынке г. Екатеринбурга являются две крупные зарубежные компании «Coca-Cola Company» с торговыми марками «Coca-Cola», «Fanta», «Sprite», «Nestea», «Добрый», «Bon Aqua» и др., а также компания «Pepsi Co Russia» представляющая торговые марки «Pepsi», «Mirinda», «7up», «Тонус», «Русский дар» и другие, занимающие 45,8% и 23,6% рынка соответственно. За ними следуют отечественные крупные отечественные производители ООО ПК «Ниагара» с торговыми марками «Ниагара», «Таежный

дар», «Vir`s» и ЗАО «Очаково» с торговыми марками «Квас Очаковский», «Мохито Фрэш», «Ах!», «Джус-Тим», «Bliss», занимающие 12,3% и 11,4% рынка соответственно. Местные компании занимают небольшую долю безалкогольного рынка Екатеринбурга: ХК «Бест Ботлинг» с торговыми марками «Dr. Livsy», «Русич», «Cool» и «Газировка» – 4,5%, ОАО «Тонус» с торговыми марками соков «Для тебя», «Моя любовь», газированных напитков «Байкал», «Буратино», «Дюшес», «Тархун», «Лимонад» – 3,4%.

На рисунке 3 представлена структура ассортимента безалкогольных напитков по насыщенности диоксидом углерода.

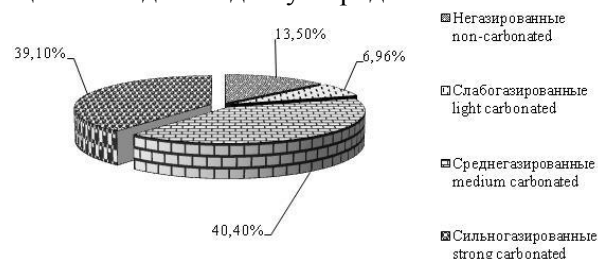


Рисунок 3. Структура ассортимента напитков по насыщенности диоксидом углерода

Figure 3. The structure of the assortment of the beverages according to strength saturation with carbon dioxide

Наибольшую долю занимают среднегазированные (40,4%) и сильногазированные (39,1%). Намного меньшую долю занимают слабогазированные – 13,5%, и самую меньшую долю занимают негазированные – 6,96%. Такая структура оправдана тем, что диоксид углерода активно используется производителями безалкогольных напитков в качестве консерванта, регулятора кислотности и антиоксиданта.

Сегмент рынка безалкогольных напитков был исследован на предмет применения различных видов упаковочных материалов. Использование той или иной технологии упаковки зачастую является стратегическим выбором фирмы, поскольку он может стать основой для достижения конкурентных преимуществ [1, с. 19]

На рисунке 4 представлены результаты исследования.

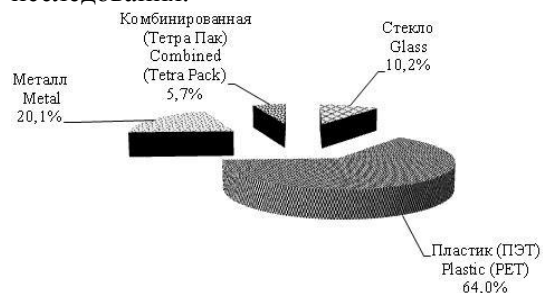


Рисунок 4. Структура рынка по используемой упаковке

Figure 4. The structure of the market according to used package

Из данных рисунка видно, что наибольшую долю занимают полимерные материалы (пластик) – 64,0%. Полимерные материалы имеют большой диапазон барьерных свойств, обладают небольшой жесткостью, производством может задаваться прозрачность/непрозрачность, при этом эксплуатационные свойства данного вида упаковки сохраняются в широком диапазоне температур, поэтому они являются наиболее распространенным упаковочным материалом. Реже используют металлическую упаковку (20,1%), обладающую высокой твердостью и барьерными свойствами, однако, требующую дополнительное изготовление крышек или швов. Напитки могут вступать в химические реакции с жестью или алюминием, с последующим растворением металла, что может неблагоприятно сказаться на вкусовых показателях напитка. Еще меньшим показателем использования характеризуется стекло – 10,2%, которое имеет отличную инертность по отношению к напиткам, характеризуется возможностью многоразового использования и изменять прозрачность тары; имеет при этом очень хрупкую структуру и требует отдельного элемента укупорки, чаще из металла. Наименьшее предпочтение отдается комбинированной упаковке (ТетраПак) – 5,7%. При всех своих достоинствах с хорошими барьерными свойствами, малой хрупкости и достаточной жесткости, для наилучшего обеспечения эксплуатационных свойств требуется наличие отдельного пластикового элемента укупорки.

Анализ рынка безалкогольных напитков позволил выделить ряд тенденций. Основной тренд рынка – это повышение требований потребителей к качеству и информации о предлагаемых напитках. Растет число потребителей, которые уделяют внимание ингредиентному составу. Напитки, позиционирующие себя в качестве натуральных, обладают повышенным спросом, поэтому современные производства при формировании образа напитка для потребителя акцентируют внимание на натуральные

компоненты и полезные свойства своей продукции. Другой, не менее важный тренд, это следование здоровому образу жизни, в том числе и в питании. Современный напиток должен передать потребителю образ свежести, хорошего самочувствия, высокого качества потребляемой продукции. В основном это напитки, обладающие благоприятным эффектом в отношении улучшения пищеварения или диетической компоненты. Следовательно, современные производители напитков должны настраиваться на нужды и потребности различных групп населения, сохраняя при этом оптимальное соотношение «цена–качество».

Заключение

В настоящее время технический прогресс в перерабатывающих отраслях АПК должен происходить с учетом демографических изменений (численности населения, увеличения доли пожилых и больных людей), изменений условий жизни и труда (роста городского населения, изменений характера труда, расслоения общества). Кроме того, он должен быть связан с достижениями науки о питании, новыми технологическими возможностями, которые появляются в результате развития науки и техники; ухудшением экологической обстановки, жесткой конкуренцией на рынке.

На формирование ассортимента напитков оказывает активное влияние покупательский спрос, он является индикатором потребностей населения. Розничные сети выстраивают ассортиментную матрицу с учетом спроса населения региона. Проведенные исследования позволили подробно изучить сегмент безалкогольных напитков на региональном рынке, а также выявить ряд тенденций. С учетом данных исследований была осуществлена разработка безалкогольных напитков с антиоксидантным действием на основе растительного сырья.

ЛИТЕРАТУРА

1 Коновалов Д. В. Влияние конкурентной среды на рынке безалкогольных напитков на стратегическое развитие предприятий // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2013. № 3. С. 173–176.

2 Худякова О. Д. Тара для напитков как фактор сохранения качества готовой продукции // Сибирский торгово-экономический журнал. 2012. № 16. С. 46–50.

3 Чугунова О. В., Соловьева М. П. Национальные безалкогольные напитки в структуре питания Уральского потребителя // Управленец. 2011. № 11–12 (27–28). С. 56–60.

4 Макаров А. В., Макарова А. Н. Маркетинговое исследование рынка безалкогольных напитков // Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции «Аграрная наука в XXI веке: проблемы и перспективы»: Саратов., 2014. С. 382–386.

5 Радионова А. В. Анализ состояния и перспектив развития российского рынка функциональных напитков // Научный журнал НИУ ИТМО. 2014. № 1.

6 Рынок безалкогольных напитков в России: итоги 2013, данные 2014, прогноз до 2018. Слайд-статистика. 2014. URL.: <http://marketing.rbc.ru/research/562949992532773.shtml> (дата обращения 21. 05.2016).

7 Беседин А.С. Рынок безалкогольных напитков: тенденции и перспективы. 2015. URL.: http://er-cons.ru/publ/ehkspertnoe_mnnie_v_smi/rynok_bezalkogolnykh_napitkov_tendencii_i_perspektivy/1-1-0-11 (дата обращения 12.03.2016).

8 Özen A.E., Bibiloni M. del Mar, Pons A., Tur J.A. Fluid intake from beverages across age groups: a systematic review // Journal of Human nutrition and Dietetics. 2015. T. 28. C. 417–442.

9 Philip R. A. Chemistry and Technology of Soft Drinks and Fruit Juices UK. John Wiley & sons, 2016. C. 16–20..

REFERENCES

1 Konovalov D. V. The impact of the competitive environment in the market of soft drinks on the strategic development of enterprises. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta* [Proceedings of Saratov state socio-economic University]. 2013. no. 3. pp. 173–176. (in Russian).

2 Khudyakova O. D. Container for beverages as a factor in preserving the quality of the finished product. *Sibirskii torgovo-ekonomicheskii zhurnal* [Siberian trade and economic journal]. 2012. no. 16. pp. 46–50. (in Russian).

3 Chugunova O. V., Solov'eva M. P. The national soft drinks in the structure of power of the Urals consumer. *Upravlenets* [Manager]. 2011. no. 11–12 (27–28). pp. 56–60. (in Russian).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Мария П. Соловьева аспирант, кафедра технологий питания, Уральский государственный экономический университет, ул. 8 Марта, 62, г. Екатеринбург, 620144, Россия, mpsolvoyova@gmail.com

Дмитрий А. Карх д.э.н., доцент, кафедра логистики, коммерции и экономики торговли, Уральский государственный экономический университет, ул. 8 Марта, 62, г. Екатеринбург, 620144, Россия, Dkarh@mail.ru

Ольга В. Чугунова д.т.н., профессор, кафедра технологий питания, Уральский государственный экономический университет, ул. 8 Марта, 62, г.Екатеринбург, 620144, Россия, chugun.ova@yandex.ru

КРИТЕРИЙ АВТОРСТВА

Все авторы в равной степени принимали участие в написании рукописи и несут ответственность за плагиат

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

ПОСТУПИЛА 12.09.2016

ПРИНЯТА В ПЕЧАТЬ 13.01.2017

4 Makarov A. V., Makarova A. N. Marketingovoe issledovanie rynka bezalkogol'nykh napitkov Materialy VIII Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Agrarnaya nauka v XXI veke: problemy i perspektivy" [Marketing research of the market of soft drinks. Materials of the VIII All-Russian scientific-practical conference "Agrarian science in the XXI century: problems and prospects"] Saratov. 2014. 382–386 p. (in Russian).

5 Radionova A. V. Analysis of the status and prospects of development of Russian market of functional drinks. *Nauchnyi zhurnal NIU ITMO* [The scientific journal NRU ITMO]. 2014. no. 1. (in Russian).

6 Rynok bezalkogol'nykh napitkov v Rossii: itogi 2013, dannye 2014, prognoz do 2018. Slaid-statistika. [Soft drinks market in Russia: full-year results 2013, data 2014, forecast to the 2018] Available at: <http://marketing.rbc.ru/research/562949992532773.shtml> (accessed 21. 05.2016).

7 Besedin A.S. Rynok bezalkogol'nykh napitkov: tendentsii i perspektivy. 2015. [Soft drinks market: trends and perspectives]. Available for: http://er-cons.ru/publ/ehkspertnoe_mnnie_v_smi/rynok_bezalkogolnykh_napitkov_tendencii_i_perspektivy/1-1-0-11 (accessed 12.03.2016).

8 Özen A.E., Bibiloni M. del Mar, Pons A., Tur J.A. Fluid intake from beverages across age groups: a systematic review. *Journal of Human nutrition and Dietetics*. 2015. vol. 28. pp. 417–442.

9 Philip R. A. Chemistry and Technology of Soft Drinks and Fruit Juices. UK. John Wiley & sons. 2016. pp. 16–20..

INFORMATION ABOUT AUTHORS

Maria P. Solovyova graduate student, food technology department, Ural state university of Economics, 8 Marta st., 62, Yekaterinburg, 620144, Russia, mpsolvoyova@gmail.com

Dmitriy A. Karh doctor of economical sciences, assistant professor, logistics, commerce and economics of trade department, Ural state university of Economics, 8 Marta st., 62, Yekaterinburg, 620144, Russia, Dkarh@mail.ru

Olga V. Chugunova doctor of technical sciences, professor, food technology department, Ural state university of Economics, 8 Marta st., 62, Yekaterinburg, 620144, Russia, chugun.ova@yandex.ru

CONTRIBUTION

All authors have equally participated in writing the manuscript and responsible for plagiarism

CONFLICT OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

RECEIVED 9.12.2016

ACCEPTED 1.13.2017