Гончаров Игорь 131-ПИо

***1.*** *Охарактеризуйте особенности российского и регионального рынка минеральной и питьевой воды. Дайте оценку конкурентной ситуации на рынке питьевой и минеральной воды, используя модель 5 конкурентных сил М. Портера.*

Российский рынок минеральной и питьевой воды находится на стадии роста. Доля импортной продукции небольшая и составляет порядка 10%. Дистрибьюторы зарубежных производителей поставляют преимущественно продукцию премиум-класса, и ее стоимость значительно выше нижней ценовой границы сегмента.

На региональном рынке преобладают преимущественно локальные производители («Эколайн», «Исток Д», «Артезианский источник»)

5 конкурентных сил М. Портера:

1. Давление от покупателей: выбор в пользу фильтров для воды, других производители воды, тары. Поведение прогнозируется. Покупатели лояльны, не диктуют требования (рынок мал).
2. Поставщики: ПЭТ тара, наклейки. Есть большой выбор поставщиков, распространенные товары. Давления нет.
3. Конкуренция: большая конкуренция как с местными, так и с глобальными производителями.
4. Потенциальные конкуренты: вероятность появления велика (легко войти, нет барьеров)
5. Товары-заменители: много заменителей – все остальные категории напитков, фильтры для воды.

В данной ситуации есть много опасностей и рисков, рынок меняется.

***2.*** *Сформулируйте ключевые факторы успеха в отрасли минеральной и питьевой воды.*

1. Местное производство – доверие местному производителю.
2. Качественная вода, высшая категория.
3. Развитая логистика в разные районы.
4. Бонусы оптовым клиентам.
5. Хорошая реклама.
6. Реальная полезность воды.
7. Переход многих людей на бутилированную и минеральную воду.

***3.*** *Проведите SWOT-анализ и опишите бизнес-модель компании «Эколайн».*

* *Сильные стороны:* качество продукции, позиция на локальном рынке, развитая логистика.
* *Слабые стороны:* узконаправленная торговля, проблемы с крупными розничными сетями, мало возможностей для развития.
* *Угрозы:* множество конкурентов, переход людей на товары заменители.
* *Возможности:* сотрудничество с крупными сетями, выход на более крупный рынок.