

**АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ**

**Рынок услуг по доставке питьевой воды**

Этот отчет был подготовлен DISCOVERY Research Group исключительно в целях информации. DISCOVERY Research Group не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения DISCOVERY Research Group либо тиражироваться любыми способами.

Copyright © 2013 Discovery Research Group.

**Москва**

**Агентство DISCOVERY Research Group**

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

В конце 2006 г. создана компания **DISCOVERY Leasing Advisory Services**, основной деятельностью которой стало оказание маркетинговых, консалтинговых, информационных и лоббистских услуг лизинговым компаниям в России.

С середины 2006 г. развивается новое направление «бизнес-тренинги и краткосрочное бизнес образование».

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых **SmartMoney, Бизнес, Ведомости, Волга-Пресс, Желтые Страницы, Издательский Дом «Ансар», Итоги, Коммерсантъ, Компания, Новые Известия, Олма Медиа Групп, Профиль, Рбк-Daily, РДВ-Медиа-Урал, Секрет, Эксперт, Build Report, Строительный бизнес.**

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Сотрудники агентства **DISCOVERY Research Group** выполняли проекты для ведущих российских и зарубежных компаний, среди которых:

|  |  |
| --- | --- |
| **Автомобили**Baw Motor СorporationBmwHinoHyundaiIsuzuIvecoJohn DeereManMercedes BenzPorscheScaniaSetraToyotaVolkswagenАвтомобили и Моторы УралаАвтоцентр ПулковоБелрусавтоВерра-Моторс ПермьВехаГАЗКамазПятое Колесо МенеджментРусские МашиныСеверсталь-АвтоСим-Авто-ПлутонТорговый Дом УралавтоУАЗ**Автомобильные Диски**Автэра**Автомобильные масла**ShellРоснефть**Грузоперевозки / Логистика**ЕвротрансПочтовая Экспедиционная КомпанияТрейд Лоджистик КомпаниФм Ложистик Восток | **Автомобильные шины**BridgestoneContinentalGoodyearHankookPirelliSumitomoYokohamaАлтайскийШинныйКомбинатБелшинаВостокшинторгДнепрошинаМво-СтолицаМосковский Шинный ЗаводНижнекамскшинаСибур Русские Шины**Недвижимость**RDI GroupАК Барс ДевелопментГлавстройКонти и КРенова-СтройгрупРусская Инвестиционная ГруппаСтроительная Компания «Люксора»**Гостиничный бизнес**Гостиница МоскваИнтурист Отель ГруппРусские ОтелиHoliday Inn |
| **Промышленные рынки**ABBAlcoaBasfDupontMitsuiSchneider ElectricSiemensSojitz CorporationXeroxАгромашхолдингАльтаВистаБайкальская Лесная КомпанияБатисБогдановичское ОгнеупорыБыт-Сервис-РегионВолгоградский Завод Железобетонных Изделий №1Волжский Оргсинтез Воткинский ЗаводГазпромГазпром НефтьЕвроцементЗавод Бытовой ХимииЗавод Сварочного Оборудования ИскраИлим Палп ЭнтерпрайзИнтерстеклоКерамирКубаньгрузсервисМакслевелМежрегиональная Трубная КомпанияМоспромстройРаменская Мебельная КомпанияЛебедянский ГокРаменский ГокРао Еэс РоссииРоснефтьРусалРусский ПластикСалаватстеклоСеверсталь-ГруппСибирский ЦементСодовая КомпанияСургутнефтегазТатлесстройТрансстройТопкинский цементТюменская Нефтяная КомпанияУралавтостеклоУралхим, Уралхимпласт, Элопак | **Строительные и отделочные материалы**CaparolCersanitHenkel (брэнды Makroflex, Makrosil, Makrofix)Ideal Standard-VidimaIsoverKleoLasselsbergerRockwoolSaint GobainSwisscolorTarkettTerraccoTikkurilaTraleUrsa ЕвразияWienrbergerАнгарский Керамический ЗаводАрмавирский Керамический ЗаводБентонитБийский Завод СтеклопластиковБилд Фаст ТекнолоджиГранит КузнечноеЕвротизолКерама ЦентрКератонЛсрМинватаОптимистПромстройматериалы Ратм Цемент ХолдингРусплитСамарский СтройфарфорСанитекСибирь-Цемент-СервисСтарателиТексТопкинский ЦементТорговый Дом ЛакокраскаУфимский Фанерно-Плитный КомбинатЭмпилсЭстима Керамика (Estima)ЮнисЯрославские краски |
| **Аудит и консалтинг**Bain&CompanyBoston Consulting GroupDeloitte&ToucheErnst&YoungKpmgMarshall Capital PartnersPricewaterhousecoopersRoland Berger Strategy ConsultantsWolk&PartnerАудиторская Компания Развитие И ОсторожностьБдо ЮниконИнтербрэндКосалтингстройинвестСеверо-Западный Юридический ЦентрСтратегикаФонд Центр Стратегических Разработок Северо-ЗападЭкопси Консалтинг**Страхование**Гута-СтрахованиеИнгосстрахНастаРенессанс Страхование**IT / Телевидение**Hewlett PackardIntelMicrosoftSitronicsАрктелАссоциация Кабельного Телевидения РФГруппа Компаний ВидДальневосточная Компания ЭлектросвязиЗебра ТелекомНовосибирский Городской СайтОпытный Завод МикронРенова-МедиаСибирьтелекомСпутниковое Мультимедийное ВещаниеСтрим-ТВЦентральный Телеграф | **Банки и финансовые компании**Deutsche BankRaiffeisenRaiffeisen-ЛизингАбсолютбанкАК-Барс БанкАльфа ЦементБанк МосквыБанк ТураналемВТБГазпромбанкДельтакредитЕврофинанс МоснарбанкЗапсибкомбанк Инвестиционная Компания Тройка ДиалогИФД КапиталЪИФК АлемарКамчатпрофитбанкКМБ-БанкЛевобережныйМеталлинвестбанкМоскоммерцбанкПробизнесбанкПромсвязьбанкRussia Partners Management LLC.РенессансКапиталРенова-ФинансРоссийский Банк РазвитияРусский СтандартРусфинанс БанкСбербанкСлавпромбанк Солид ИнвестФинансбанкЦентральный Банк Российской Федерации (Банк России)**Реклама**News OutdoorVideo InternationalАгентство Массовых Коммуникаций АК.МАрс КомьюникейшнсСеверная Медиа Группа |
| **Киноиндустрия**Гемини ЭнтертейнментИнвесткинопроектКаро Фильм**Бытоваятехника**BoschElectroluxWhirlpoolАтлант**Ресторанный бизнес**Картофельный ПапаРестораторРосинтер РесторантсСолнце Мехико**Розничная торговля**DomoАшанМ ВидеоМирЕвросетьПерекрестокЭльдорадо**Образование**Государственная Публичная Научно-Техническая Библиотека Со РанНИУ - Высшая Школа ЭкономикиНовосибирский Государственный Университет | **Одежда и Обувь**EccoSavageБелвестВестфаликаГлория ДжинсДискомОбувь РоссииТри Толстяка**Парфюмерия и косметика**Beiersdorf AgProcter&GambleYves RocherАрбатПрестижЛ' ЭтуальНевская Косметика**Мебель**ФеликсМебельная Компания РомулСолоФабрика «8 марта» **Продукты питания**MarsPepsi-ColaTchiboTinkoffАйс-ФилиВолгоградские ВодкиВТО ЭрконпродуктЛебедянскийМинводыпищепродуктМинеральные Воды КавказаНижегородский Масло-Жировой КомбинатРусский Винный ТрестРусский ПродуктФабрика Мороженого ПрестижФабрика Мороженое Инмарко |

Отчет содержит 5 таблиц и 21 диаграмму.

# Список диаграмм

[Рисунок 1. Этапы производства бутилированной воды. 1 –добыча ,2-очистка, 3- розлив, 4 –итоговая тара. 19](#_Toc350273808)

[Рисунок 2 Структура российского рынка бутилированной воды по виду упаковки, 2009 г., %. 20](#_Toc350273809)

[Рисунок 3. Инновационная схема классификации питьевых вод 24](#_Toc350273810)

[Рисунок 4. Динамика и прогноз производства питьевых природных и искусственно минерализованных вод (2009-2013), тыс. декалитров. 27](#_Toc350273811)

[Рисунок 5. Объем российского рынка и прогноз (по различным сценариям) продаж бутилированной питьевой воды, млрд. долларов. 29](#_Toc350273812)

[Рисунок 6. Расчетные доли компаний на рынке доставки питьевой воды в Москве по объему продаж и по количеству клиентов, 2013, % от респондентов, пользующихся услугой 30](#_Toc350273813)

[Рисунок 7. Объем доставок бутилированной воды в Москве, 2013, млн. декалитров. 32](#_Toc350273814)

[Рисунок 8. Среднегодовое потребление питьевой бутилированной воды, л. 36](#_Toc350273815)

[Рисунок 9. Структура потребления безалкогольных напитков в России, 2011-2012, % от общего потребления безалкогольных напитков. 38](#_Toc350273816)

[Рисунок 10. Предпочитаемый объем бутыли питьевой воды, заказываемой на дом в г. Москва (2013), в % от респондентов, пользующихся услугой 38](#_Toc350273817)

[Рисунок 11. Факторы выбора поставщика услуги по доставке питьевой воды частными лицами в г. Москва (2013), %. 39](#_Toc350273818)

[Рисунок 12. Степень лояльности российских бутилировщиков к марке предыдущего купленного оборудования, в % от опрошенных 39](#_Toc350273819)

[Рисунок 13. Объем продаж воды в офисы и частным лицам в 2010, 2011 гг., прогноз на 2012 г. по оценке российских компаний-производителей бутилированных вод, в % от опрошенных 41](#_Toc350273820)

[Рисунок 14. Структура потребления безалкогольных напитков в России (2011), % от общего потребления безалкогольных напитков. 46](#_Toc350273821)

[Рисунок 15. Факторы выбора поставщика услуги по доставке питьевой воды в г. Москва (2013) , %. 48](#_Toc350273822)

[Рисунок 16. Факторы выбора поставщика услуг по доставке питьевой воды в г. Москва: сервис; 2013, в % от респондентов, пользующихся услугой 49](#_Toc350273823)

[Рисунок 17. Знание марок приобретаемой воды и поставщика услуги, в % от респондентов, пользующихся услугой 49](#_Toc350273824)

[Рисунок 18. Заинтересованность домашних хозяйств в дополнительных услугах, предоставляемых поставщиками воды в г. Москва (2013), % от респондентов, пользующихся услугой 50](#_Toc350273825)

[Рисунок 19. Заинтересованность домохозяйств г. Москва в определенных видах дополнительных услуг, 2013; % от заинтересованных респондентов 51](#_Toc350273826)

[Рисунок 20. Частота заказа бутилированной питьевой воды для домашнего использования в г. Москва, 2013; % от респондентов, пользующихся услугой 51](#_Toc350273827)

[Рисунок 21. Количество бутылок питьевой воды, приобретаемое за одну покупку домохозяйствами в г. Москва (2013), % от респондентов, пользующихся услугой 52](#_Toc350273828)

# Список таблиц

[Таблица 1. Цены на бутилированную воду компании ООО «Шишкин лес холдинг», 2013г., руб. 58](#_Toc350272449)

[Таблица 2. Цены на бутилированную воду компании «Водовоз» в 19 л. таре, 2013г., руб. 61](#_Toc350272450)

[Таблица 3. Цены на бутилированную воду компании ООО «Торговый дом «Висма»», 2013г., руб. 63](#_Toc350272451)

[Таблица 4. Топ-5 интернет магазинов Рунета, 2011 65](#_Toc350272452)

[Таблица 5. Цены на воду компании «Утконос» в 5 л. таре, 2013г., руб. 67](#_Toc350272453)

# Резюме

На сегодняшний день на рынке доставки питьевой воды в Москве действуют более 150 фирм, предоставляющих данную услугу. Лидером является компания ООО «Шишкин Лес Холдинг», которая занимает первое место как по количеству клиентов среди частных лиц - 15% (результаты онлайн опроса, проведенного DISCOVERY Research Group), так и по объему доставляемой воды (14%).

В связи с большим количеством игроков, столичный рынок доставки воды характеризуется высоким уровнем как внутренней конкуренции, так и высоким уровнем борьбы с магазинами розничных продаж воды в мелкой таре и с игроками смежных рынков (соки, сладкие газированные напитки).

Среди основных факторов выбора поставщика приоритетными становятся следующие характеристики: качество воды, оперативность доставки, удобство заказа, качество обслуживания, приемлемая цена и т.д.

Объем московского рынка услуг по доставке бутилированной воды частным лицам составляет 273,76 млн. декалитров в год, при среднем ежемесячном потреблении домохозяйством около 123 литров воды. По различным оценкам игроков на рынке, столичным домохозяйствам доставляется от 30 до 40% всего объема. Сектор продаж юридическим лицам оценивается в 508,4 млн. декалитров (65% рынка).

В целом, российский рынок бутилированной воды является динамично развивающимся направлением и из года в год сохраняет высокие темпы роста. Так, по оценкам аналитиков, на 2013 год прогнозируется увеличение объемов поставок воды на 15%-16%.

Существует ряд факторов положительно влияющих на рост рынка услуг по доставке питьевой воды, среди которых: изменение психологии покупателей (здоровый образ жизни, вопрос экологии), ускорение ритма жизни и дефицит свободного времени, рост доходов населения, ориентир на европейские параметры жизни и т.д.

Рынок услуг по доставке питьевой воды является молодым и весьма перспективным. В ближайшие годы ожидается: рост рынка за счет появления новых игроков, роста сегмента доставки воды домохозяйствам, рост сегмента доставки воды соц. учреждениям (школы, больницы, родильные дома, детские сады). По оценкам экспертов такие изменения произойдут за счет: изменения в структуре потребления, развития системы франчайзинга, использования вендинговых автоматов и т.д.

Вода - это физиологическая потребность человека, которая напрямую влияет на состояние его здоровья. В связи с этим, качество готового продукта должно соответствовать многим нормативам (например, ГОСТ Р 51232-98, ГОСТ Р 51074-97, ГОСТ Р 52109-2003, СанПиН 2.1.4.1116-02, СанПиН 2.3.2.1078-01). В настоящее время оценку соответствия (сертификацию) питьевой воды проводят по 67-и показателям безопасности (10-и – микробиологическим, 55-и – токсикологическим, 2-м – радиологическим).

Оглавление

[Список диаграмм 7](#_Toc350272718)

[Список таблиц 8](#_Toc350272719)

[Резюме 9](#_Toc350272720)

[Глава I. Технологические характеристики исследования 13](#_Toc350272721)

[1.Цель исследования 13](#_Toc350272722)

[2.Задачи исследования 13](#_Toc350272723)

[3.Объект исследования 13](#_Toc350272724)

[4.Метод сбора данных 13](#_Toc350272725)

[5.Метод анализа данных 13](#_Toc350272726)

[6.Информационная база исследования 13](#_Toc350272727)

[Глава II. Общая характеристика и особенности российского рынка 15](#_Toc350272728)

[1.История появления и эволюция рынка 15](#_Toc350272729)

[2.Современные особенности российского рынка 16](#_Toc350272730)

[Глава III. Основные характеристики предлагаемого продукта 18](#_Toc350272731)

[1. Технологии производства и разлив 18](#_Toc350272732)

[2. Классификация воды 21](#_Toc350272733)

[3. Контроль качества 24](#_Toc350272734)

[Глава IV. Основные показатели развития рынка доставки питьевой воды 27](#_Toc350272735)

[1. Объем, темпы роста и прогноз российского рынка 27](#_Toc350272736)

[2. Доли рынка компаний в г. Москва 29](#_Toc350272737)

[3. Стадии развития рынка 33](#_Toc350272738)

[4. Факторы роста рынка 35](#_Toc350272739)

[5. Тенденции и динамика на рынке доставки питьевой воды 37](#_Toc350272740)

[6. Перспективы развития рынка доставки питьевой воды 41](#_Toc350272741)

[Глава V. Общее описание конкурентной среды на рынке услуг по доставке питьевой воды. 45](#_Toc350272742)

[1. Общая характеристика конкуренции 45](#_Toc350272743)

[2. Конкурентная среда 46](#_Toc350272744)

[3. Факторы выбора поставщика 47](#_Toc350272745)

[4. Барьеры входа на рынок 52](#_Toc350272746)

[Глава VI. Сравнение основных игроков рынка услуг по доставке питьевой воды 55](#_Toc350272747)

[1. ООО «Шишкин лес холдинг» 55](#_Toc350272748)

[1.1. Общая характеристика компании 55](#_Toc350272749)

[1.2. Ключевые даты и цифры 56](#_Toc350272750)

[1.3. Ассортимент и цены 57](#_Toc350272751)

[2. ООО «Водовоз - Сервис» 59](#_Toc350272752)

[2.1. Общая характеристика компании 59](#_Toc350272753)

[2.2. Ассортимент и цены 60](#_Toc350272754)

[3. ООО «Торговый дом «Висма-центр»» 62](#_Toc350272755)

[3.1. Общая характеристика компании 62](#_Toc350272756)

[3.2.Ключевые цифры и прогнозы 63](#_Toc350272757)

[3.3. Ассортимент и цены 63](#_Toc350272758)

[4. «Утконос» 64](#_Toc350272759)

[4.1. Общая характеристика компании 64](#_Toc350272760)

[4.2. Новости компании 66](#_Toc350272761)

[4.3. Ассортимент и цены 67](#_Toc350272762)

[5. «NestléWaterCoolers» 68](#_Toc350272763)

[5.1. Общая характеристика компании 68](#_Toc350272764)

# Глава I. Технологические характеристики исследования

## 1.Цель исследования

Изучение текущей ситуации на рынке услуг по доставке питьевой воды по Москве.

## 2.Задачи исследования

1. Дать описательную характеристику рынка доставки питьевой воды.
2. Выявить ключевые особенности рынка доставки питьевой воды.
3. Сегментировать рынок по видам воды, по типу емкости упаковки, по каналам дистрибуции и т.д.
4. Провести анализ рынка доставки питьевой воды по основным показателям (объем и динамика рынка, структура и т.д.).
5. Определить основные тенденции и динамику на рынке.
6. Выявить факторы роста и торможения рынка.
7. Определить барьеры для входа на рынок.
8. Осуществить сравнительный анализ конкурентоспособности участников рынка услуг по доставке питьевой воды из числа московских компаний.
9. Дать описательную и сравнительную характеристику ведущих игроков на рынке.

## 3.Объект исследования

Предпринимательство на рынке услуг по доставке питьевой воды в Москве.

## 4.Метод сбора данных

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка, а так же мнений участников рынка и экспертных оценок специалистов маркетинговых и консалтинговых компаний. Интернет ресурсы; результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Онлайн опрос потребителей бутилированной воды в Москве (500 респондентов).

## 5.Метод анализа данных

Традиционный контент-анализ документов

## 6.Информационная база исследования

* Печатные и электронные, деловые и специализированные издания.
* Ресурсы сети Интернет.
* Материалы компаний.
* Аналитические обзорные статьи в прессе.
* Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
* Экспертные оценки.
* Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
* Базы данных Discovery Research Group.
* Результаты онлайн опроса.

# Глава II. Общая характеристика и особенности российского рынка

# Глава III. Основные характеристики предлагаемого продукта

# Глава IV. Основные показатели развития рынка доставки питьевой воды

## Объем, темпы роста и прогноз российского рынка

С каждым годом доля расходов на питьевую воду в общей структуре расходов россиян увеличивается. Покупка питьевой воды становится неотъемлемой частью повседневной жизни. Так, по оценкам экспертов РБК, прирост продаж питьевой воды в 2010 году по отношению к 2009 году составил …%.В 2011 году (по отношению к 2010 году) прирост составил …%. На 2012 год была спрогнозирована величина прироста в 13%, а на 2013 – …%. При этом, ожидаемая величина производства природных и искусственно минерализованных вод в 2013 году составляет …. декалитров (в1 декалитре 10 литров).

Рисунок 4. Динамика и прогноз производства питьевых природных и искусственно минерализованных вод (2009-2013), тыс. декалитров.

**Источник: данные ФСГС**

По данным компании Intesco Research Group, в 2010 году российский рынок минеральной и питьевой воды показал заметный рост, увеличившись на 15% по сравнению с 2009 годом, достигнув отметки в … млн. декалитров. Данный рост объясняется …. Именно этот фактор будет обеспечивать дальнейшее увеличение спроса на данную продукцию. Рост данного сегмента рынка в 2012 -2013 гг. продолжится. В среднем рынок будет расти на …% в год, и в 2015 году его объем может приблизиться к … млн. декалитров. Такого же мнения придерживаются аналитики компании «Талая вода», «Ledenev» и «Inventica», которые в 2011 году оценили объем российского рынка по продаже бутилированной питьевой воды в … млрд. долларов.

По данным IBWA (Международная ассоциация производителей бутилированной воды) объем российского рынка бутилированной воды в 2012 году превысил $... млрд. и продолжает сохранять высокие темпы роста (…%-…% в год). По мнению генерального директора компании «Бизнес Аналитика» Андрея Стерлина, тенденция роста сохранится и в дальнейшем.

Рост производства питьевых вод в натуральном выражении подкрепляется ростом количества прибыльных фирм-бутилировщиков. По результатам опроса, проведенного аналитиками журнала «Waterpak», в 2011 году прирост прибыльных фирм составил …% по сравнению с 2010 годом, что соизмеримо с ростом производства питьевых вод на …%. В 2012 году на рост объема продаж настроено …% опрошенных фирм, что позволит увеличить показатели производства не только на …% (как в среднем прогнозирует статистика), но и более.

DISCOVERY Research Group прогнозирует три варианта развития событий на рынке услуг по доставке питьевой воды в России:

1. Оптимистичный: прирост объема продаж бутилированной воды составит …% и к 2013 году будет оцениваться в … млрд. долларов
2. Реалистичный: прирост объема продаж бутилированной воды составит …% и к 2013 году будет оцениваться в … млрд. долларов
3. Пессимистичный: прирост объема продаж бутилированной воды составит …% и к 2013 году будет оцениваться в … млрд. долларов

Рисунок 5. Объем российского рынка и прогноз (по различным сценариям) продаж бутилированной питьевой воды, млрд. долларов.

**Источник: расчеты «DISCOVERY Research Group»**

## Доли рынка компаний в г. Москва

Для оценки доли каждой компании, функционирующей в рамках рынка услуг по доставке питьевой воды в Москве, компанией DISCOVERY Research Group был проведен опрос, охватывающий 500 респондентов, проживающих в столице. Респондентам было предложено ответить на ряд вопросов, некоторые из которых:

* Заказываете ли Вы или члены Вашей семьи, проживающие совместно с Вами, бутилированную питьевую воду для домашнего использования?;
* С какой частотой Вы заказываете бутилированную питьевую воду для домашнего использования?;
* Какое количество бутылок бутилированной питьевой воды Вы приобретаете за одну покупку?;
* Укажите заказываемый Вами размер бутылки (в литрах)
* Как называется компания, доставляющая Вам бутилированную питьевую воду для домашнего использования?;

Оценка доли каждой компании на рынке с учетом объемов была посчитана с поправкой на ежемесячный объем покупок у каждой компании. То есть, доля рынка с учетом объемов отражает долю каждой компании в общем объеме продаж, а доля рынка без учета объемов показывает количество покупателей каждой компании.

По итогам опроса, более …% респондентов затруднились ответить на вопрос о том, как называется компания, доставляющая им воду. Те респонденты, которые дали ответ на этот вопрос нередко называли марку воды, а не название компании. Так, например, респонденты говорили, что им доставляет воду компания «…», хотя доставка воды этой марки на самом деле занимается «…». Так же воду «…» доставляют несколько разных компаний, а компании «…», занимающейся доставкой воды, не существует.

Рисунок 6. Расчетные доли компаний на рынке доставки питьевой воды в Москве по объему продаж и по количеству клиентов, 2013, % от респондентов, пользующихся услугой

**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group**

Несмотря на паутину в ответах респондентов, компанию-лидера по доставке воды на дом, можно назвать без сомнений – «…». Ее услугами пользуются около …% всех опрошенных. Компания «…» занимает первое место не только по количеству клиентов среди частных лиц, но и по объему доставляемой воды. На долю компании приходится чуть более …% всего потребления бутилированной воды в Москве. Стоит отметить, что «…» имеет собственную производственную базу и систему логистики, состоящую из транспорта, складов, налаженных товаропотоков, компьютерной системы управления и контроля, а так же обладает большим количеством дистрибьюторов, что во многом и определило ее лидирующую позицию. Однако не стоит забывать об ошибках, допущенных респондентами. Некоторые респонденты, приобретающие воду «…» на самом деле заказывают ее у других поставщиков, ошибочно приписывая доставку компании «…», ориентируясь на название воды. Таким образом, реальная доля, которая приходится на компанию «…» несколько ниже, чем оценка, полученная при расчетах.

Второе место как по количеству клиентов (…%), так и по доле удовлетворяемого спроса (…%) в сегменте физических лиц занимает компания «…». «…» является чистым дистрибьютором бутилированной воды и представляет на рынке более 25 торговых марок, среди которых: «Архыз», «Берегиня», «Снежинская», «Волжанка», «Аква Ареал», «Энея», «Nestle Pure Life», «Живи», «Ессентуки» и т.д.

Далее весь рынок можно разделить на три части.

* В первую группу входят компании, …
* Ко второй группе относятся компании с объемом поставок от 70 тыс. декалитров до 550 тыс. декалитров, среди которых: …». Данная группа компаний обслуживает около 10,5 % всего спроса, предъявляемого домохозяйствами.
* К третьей группе относятся компании, каждая из которых поставляет московским домохозяйствам менее 70 тыс. декалитров. К ним относятся: … и другие. В данном секторе представлено более 80 различных компаний, на долю которых в сумме приходится более 50% всех объемов поставок и боле 30% всех домохозяйств, пользующихся услугой. 7

По данным ФСГС, в общей сложности в Москве зарегистрировано … тыс. домохозяйств, из которых … тыс. пользуются услугой по доставке питьевой воды на дом. Одна семья (в среднем состоящая из 3-х человек) ежемесячно потребляет около …литров бутилированной воды. То есть, объем рынка продаж частным лицам составляет … млн. декалитров в год. По различным оценкам игроков на рынке услуг по доставке воды в Москве, столичным домохозяйствам доставляется от … до …% всего объема. Сектор продаж юридическим лицам оценивается в … млн. декалитров (…% рынка).

Рисунок 7. Объем доставок бутилированной воды в Москве, 2013, млн. декалитров.

**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group**