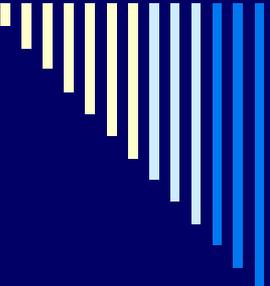
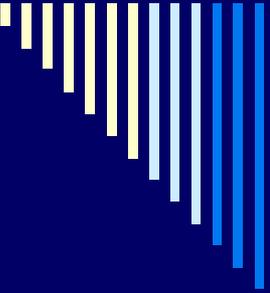


Ценовая политика компании «Coca-Cola»

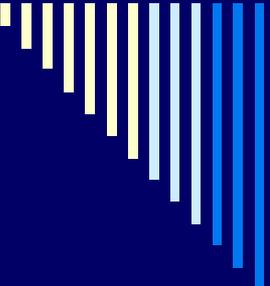


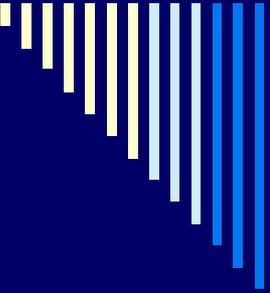
Храпова О.
Кожемякина Е.
ЭУ - 092

- 
- Доступность напитков Соса Сола отнюдь не является фактором, сформированным за счет цены. Напротив, Соса Сола завоевывая рынки, не стремится адаптировать свои цены к рыночной ситуации в новых странах. Умело используя агрессивную систему рекламы (ролики, щиты, надписи..) и обеспечивая близость к покупателям, Соса Сола может позволить себе устанавливать цену, которые будут выше, чем у обычных национальных производителей.
-

- 
- На российском рынке Coca Cola завоевала лидирующее положение не только благодаря своим вкусовым качествам, но и серьезной и дорогой рекламной компании. При этом цена ее товара зачастую выше, чем у аналогичных производителей газированной воды в России.



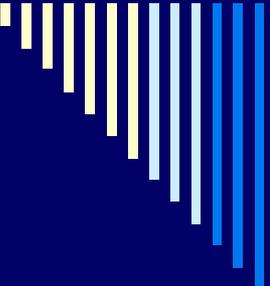
- 
- Дорогие напитки к ним и относится вся продукция марки Соса-сола. Основным конкурентом здесь для фирмы является Pepsi Co, которая держит свои цены на том же уровне.
 - Однако, находясь в наиболее дорогой группе напитков, продукция Соса Сола, тем не менее, является самой популярной в России. При этом известно, что Соса Сола закупает по высоким ценам порошок для производства воды у основной компании, обеспечивая той прирост прибыли.

- 
- Однако, если продукты Coca Cola в ПЭТ-бутылках еще выдерживают уровень ценовой конкуренции с отечественными производителями, то Coca Cola в стеклянных бутылках явно демонстрирует феномен своей дороговизны по сравнению с продукцией той же “Росинки” или “7 up”. Но в этом случае компания подчеркивает такой ценой саму престижность напитка, а также его исключительное удобство и высокий дизайн.



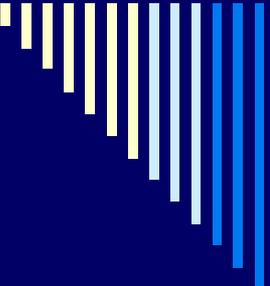
Что же обуславливает такую высокую цену напитков Соса Сола? Прежде всего, это стоимость самого сухого ингредиента для производства фруктовой воды. Кроме того, огромные масштабы затрат на рекламные компании, спонсорство, публичных отношений. Важное значение в структуре цены напитков Соса Сола играет упаковка. Это особенно относится к стеклянным бутылкам Соса Сола. Стоимость 0,33 л PEPSI в рознице в обычной стеклянной бутылке составляет 47 руб. в то время как 0,25 л кока-колы в бутылке оригинального дизайна стоит 59 руб.

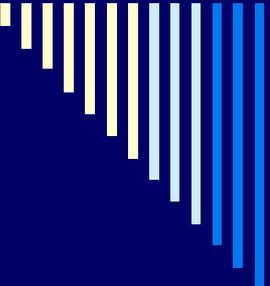
- Использование новой пластиковой упаковки (с 1996 г) позволило снизить удельную цену товара, в то время как специфическая стеклянная тара значительно увеличивает стоимость напитка

- 
- Естественно, что имеются существенные отличия в ценовой стратегии на рынке России в стране базирования. Так, стоимость кока-колы в Австралии и России относительно дохода на человека имеет значительную разницу. И если в Австралии кока-кола является повседневным напитком для любого слоя населения, то в России само звучание названий марок продукции Coca Cola является олицетворением престижа и качества напитка.



Coca-Cola

- 
- Более высокие, однако конкурентноспособные цены Coca Cola, не столь высоки, а поэтому давят на внутренний рынок России еще по одной важной причине - специфике налогового законодательства России. Так, несмотря на бедственное положение российских производителей безалкогольных напитков и их жалобы в правительство, Coca Cola была освобождена от ввозной пошлины и НДС на ввозимые товары.

- 
- Однако, Соса Сола безусловно умеет правильно вести бизнес. Еще одним подтверждением этого является тактика в летнее время - сезон наиболее массового потребления напитков. Именно в летний период, когда особенно высок спрос на безалкогольные напитки, Соса Сола практикует политику выторговывая цены посредников - если последние устанавливают наценку не более 15%, то они получают продукцию по льготным ценам и это в свою очередь влияет на конечную цену продукции Соса Сола .

- Таким образом, ценовая стратегия фирмы обеспечивает ей беспорное лидерство на рынке безалкогольных напитков и позволяет осуществлять серьезный прессинг на отечественных производителях

