[](http://www.google.ru/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CAcQjRw&url=http://vdomy.ru/205/&ei=PeNAVe7CBouZsgGtqoHgCg&bvm=bv.91665533,d.bGg&psig=AFQjCNG_Sasb9JmsPWG4FEQaUg7X2CcI8A&ust=1430402109963483)**СЪСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ НА РУСКИЯ ПАЗАР НА АЛКОХОЛ**

През последните няколко години, пазара на алкохол в Русия претърпява значителна трансформация, като основна причина за това на първо място е активното административно регулиране на пазара на алкохола, като цяло и водката в частност. Към края на 2014 г. делът на алкохола в потреблението на напитки в Русия е спаднал до 36%, което е резултат на дългосрочната тенденция на изместване на потреблението в посока на безалкохолните напитки.

Днес на руския пазар на алкохол се наблюдават две различни тенденции - едната задава динамиката на пазара на водка, а другата - на положението в сегмента на вносен алкохол.

Постепенното повишаване на минималната цена на дребно на водката доведе до концентрация на пазара и намаляване на асортимента в категорията. Заслужава да се отбележи, че през 2012 г., на цена над 220 рубли (най-високо ниво на минимална цена, която в момента е намалена до 185 рубли) са били продадени само 5% от пазара, което говори за завършен, до този момент, преход на цялата категория (законно реализирана продукция) в сегмент премиум.

В продължение на четири години (2010-2014) легалният пазар на водка в Русия е намалял с 38% в реално изражение, но не всяко повишаване на минималните цени на дребно е довеждало до пропорционален спад на пазара. След анализ на динамиката на продажбите и установяването на нови минимални цени, стигаме до извода, че основната промяна в категорията е станала през 2013 г., когато минималната цена е била 170 рубли, което отсича в един момент 62% от пазара. Повишаването на ниския праг на цените, довежда до рязък спад на пазара, изблъскване на малките регионални играчи, свикнали да работят с нисък ценови сегмент и неспособни да се конкурират в легалното пространство с големите федерални играчи. При това е очевидно, че при падащ пазар с покачващи се цени се повишава концентрацията - делът на продажбите от топ 10 марки към края на 2014 г. е надвишил 30%.

Логично е, че при значително увеличение на цената на легалната част на пазара, голям брой потребители преминават към продукция от „сивия сектор". Дори неотдавнашният спад на цените до 185 рубли няма да окаже сериозно влияние върху ситуацията: сегашните нива на цените за по-голямата част от покупателите са все още непосилни, а освен това, през 2015 г. се появяват допълнителни икономически фактори, влияещи на поведението и избора на клиентите. Според нашите прогнози, през 2015 г. спадът на пазара на водка в Русия ще се забави, но динамиката ще остане отрицателна.

Сред потребителите, които не са преминали към нелегални алкохолни напитки, някои продължават да купуват продукти по новата цена, а някои - и тук преминаваме към втората тенденция на пазара на алкохол – се ориентират към други категории алкохол.

В края на 2014 г. продажбите на премиум марки алкохол в натурално изражение са се увеличили с повече от 10%. Във връзка с общото увеличение на средното ниво на цените на пазара на алкохол, разликата между цените на вносен алкохол и водката намалява, което улеснява „прехода" на потребителите в новите категории. В същото време, дистрибуторите и производителите на вносен алкохол, отчитайки достатъчната разлика в цената на своите продукти, могат да поддържат и регулират търсенето чрез промоции, което също допринася за притока на нови клиенти.

Повод за радост, обаче, производителите на премиум марки алкохол, особено нямат - баланса на силите на пазара на алкохол през 2015 г. значително ще се промени. Принудени да реагират на промените във валутните курсове, дистрибуторите и производителите ще увеличат цените на продукцията си, което ще доведе до спад в продажбите и изход на част от потребителите от категорията премиум марки, неспособни да плащат за скъп алкохол, поради намаляването на реалните доходи.

На фона на негативните тенденции и прогнози за по-нататъшно съкращаване на пазара има и поводи за оптимизъм. В IV тримесечие на 2014 г. за намерението си да икономисват от скъпи марки алкохол са заявили 24% от анкетираните руснаци - през 2009 г. тази цифра е била 33-36%. Означава ли това, че днешния потребител е по-малко склонен да се откаже от консумацията на алкохол като цяло? Може би, но по-вероятно е, че поради ситуацията на пазара, възможности да се икономисва от алкохол почти няма, така че лоялните клиенти на премиум сегмента на пазара няма да си отидат и ще се съгласят да плащат висока цена.

Статистиката говори, че консумацията на алкохол по време на криза почти не намалява.

*Структура на пазара на алкохол в Русия за 2014 г.*

\**Премиум алкохол: уиски, ром, текила, джин, вносен коняк френски, френско шампанско, вносни ликьори.*

***Забележка:*** *Данните в статията отразяват само легалният сегмент на пазара на алкохол в Русия.*

<http://article.unipack.ru>