



РЕШЕНИЕ
консалтинг
исследования рынка

РЕШЕНИЕ

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА УСЛУГ ПО ДОСТАВКЕ ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ В ОФИС



СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА

2

Описание исследования

3

Резюме результатов

4

Результаты опроса потребителей

8

Профиль компаний, использующих услугу по доставке воды в офис

10

Общие характеристики потребления

16

Марки воды и компании, доставляющие воду

30

Результаты скрытого опроса компаний-поставщиков услуги по доставке воды в офис

45

Приложения

53

Цель исследования : изучение текущей ситуации на рынке услуг по доставке питьевой воды в офис в Москве и Санкт-Петербурге.

Для достижения цели применялись следующие **методы исследования:**

- Телефонный опрос предприятий, использующих услугу по доставке воды в офис.
 - Тип выборки: случайная. Это вероятностный метод выборки, согласно которому каждый элемент генеральной совокупности имеет известную и равную вероятность попадания в выборку. Каждый элемент отбирается независимо от других элементов; выборка формируется произвольным набором элементов из основы выборки (в данном случае базы предприятий).
 - Размер выборки:
2004 год: всего 1014 интервью, из них 516 в Москве, 498 в Санкт-Петербурге.
2005 год: всего 999 интервью, из них 499 в Москве, 500 в Санкт-Петербурге.
 - Опрос по анкете (29 вопросов, длительность приблизительно 10 минут).
 - В ходе опроса учитывалось количество компаний, которые не подходят для опроса по анкете, так как не заказывают воду в офис. Этим компаниям задавалось несколько вопросов: почему не заказывают воду и вопросы о компании (размер, сфера деятельности). В 2004 году на 1014 завершенных интервью получилось 1477 таких коротких интервью, в 2005 году на 999 завершенных интервью пришлось 1282 коротких интервью. Таким образом, в 2004 году был осуществлен всего 2491 контакт, в 2005 году - 2281 контакт.
- Скрытые интервью с компаниями, предлагающими услугу по доставке воды в офис.
 - Тип выборки: сплошная доступная выборка. Были опрошены все компании, занимающиеся доставкой воды в офис, информация о которых была найдена в справочниках и через поисковые системы сети Интернет.
 - Размер выборки:
2004 год: 54 интервью в Москве, 28 – в Санкт-Петербурге.
2005 год: 66 интервью в Москве, 31 – в Санкт-Петербурге.




РЕЗЮМЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

- В 2005 году, по сравнению с 2004 годом, ситуация на рынке доставки питьевой воды в офис существенно не изменилась.
- В настоящее время почти половина компаний как в Москве, так и в Санкт-Петербурге, пользуются услугой по доставке воды в офис, как правило, это компании с численностью сотрудников более 10 человек. По сравнению с 2004 годом, в 2005 году доля пользователей услугой практически не изменилась, однако, по отдельным подгруппам (в зависимости от численности сотрудников в компании) рост заметен.
- В 2005 году в подгруппах компаний с численностью сотрудников более 50 человек количество пользующихся услугой по доставке воды значительно увеличилось. В Санкт-Петербурге компании с количеством сотрудников 50-150 человек стали более активно использовать услугу по доставке воды, там около 80% таких компаний заказывают воду в офис.
- Высокий процент использующих услугу по доставке воды в офис, а также наибольшая расчетная доля покупок среди всех пользователей услуги приходится на компании численностью сотрудников 11-50 человек. Этот сегмент, как и в 2004 году, является наиболее привлекательным для поставщиков воды.
- В 2005 году, по сравнению с 2004 годом, в Санкт-Петербурге средний ежемесячный объем закупок не изменился, в Москве – снизился на 10%, однако, существует вероятность, что изменение данного показателя в Москве могло быть вызвано изменением в структуре выборки.
- Рынок по доставке воды в офис достаточно молод: более 60% компаний в Москве и Санкт-Петербурге начали пользоваться этой услугой не ранее 3-х лет назад.
- Решение о пользовании услугой по доставке воды чаще всего принимается руководством компании. Сотрудник, ответственный за доставку воды в офис, чаще всего является секретарем или офис-менеджером.

- В большинстве случаев поставщик услуги выбирается спонтанно, путем обращения в первую попавшуюся компанию. При этом большинство опрошенных компаний не знает названий других (кроме собственного) поставщиков воды. Нередки случаи, когда респондент знает марку заказываемой воды, но затрудняется назвать или ошибочно называет компанию, предоставляющую услугу по доставке воды.
- В целом наблюдается довольно высокий уровень лояльности к поставщику услуги по доставке воды. Компании, уже использующие услугу, как правило, не интересуются информацией о других поставщиках. Опыт смены поставщика имеется примерно у 20% компаний.
- Подавляющее большинство опрошенных удовлетворены своим нынешним поставщиком.
- Треть компаний стали заказывать воду в офис после того, как поставщик этой услуги сам обратился с предложением сотрудничества.
- Около 60% опрошенных в Москве и 25% в Санкт-Петербурге затруднились ответить на вопрос о том, из какого источника покупаемая ими вода (родниковая/артезианская или водопроводная очищенная). В Москве в половине случаев респонденты неверно называют тип воды, которую они пьют, как среди покупающих природную воду, так и среди тех, кто покупает очищенную воду. В Санкт-Петербурге ошибается в этом вопросе значительно меньшее количество респондентов.
- Большинство компаний-клиентов заказывают воду в бутылках объемом 19/18,9 литров, а также приобретают или берут в аренду оборудование для подачи воды (чаще всего кулеры). Другие услуги со стороны поставщиков воды не так востребованы.
- Около 30% опрошенных компаний заказывают воду в офис еженедельно, более 70% - не реже 2-х раз в месяц. В среднем на одного сотрудника компании приходится 15 литров воды в месяц (13 в Москве и 16 в Санкт-Петербурге). Объемы покупок питьевой воды не пропорциональны количеству сотрудников в компании: чем крупнее компания, тем меньше воды приходится на одного человека в месяц в среднем.

- В настоящее время, согласно собранной информации, в Москве действует более 60 поставщиков воды в офис, в Санкт-Петербурге – около 30. Большинство из них - это компании, самостоятельно занимающиеся розливом воды.
- Как и в 2004 году, лидирующую позицию как по уровню известности, так и по расчетной доле рынка в Москве занимает компания «Нестле Вотеркулерс». В тройку лидеров также входят компании «Королевская вода» (с одноименной маркой) и «Онекс» («Старо-Мытищинская») с маркой воды «Источник Старо-Мытищинский» (бывшая «Старо-Мытищинская»). При этом, доля рынка компании «Нестле Вотеркулерс» сократилась, а «Онекс» («Старо-Мытищинской») - увеличилась.
- В Санкт-Петербурге безусловным лидером по указанным выше показателям является компания «Росинка-Полюстрово» (марки воды «Росинка», «Росинка-2», «Ключевая»). За ней следуют «Нестле Вотеркулерс» и «Аквалайн» (с одноименной маркой воды), которая «потеснила» компанию «Аквастар» («Госпожа Природа»), входившую в прошлом году в тройку лидеров. Показатели уровня известности и доли рынка компании-лидера «Росинка-Полюстрово» несколько уменьшились, а компании «Нестле Вотеркулерс» - увеличились.

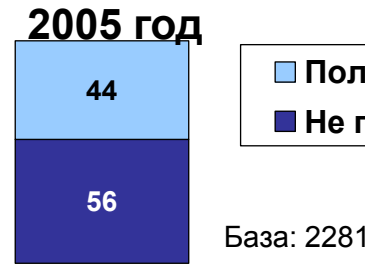
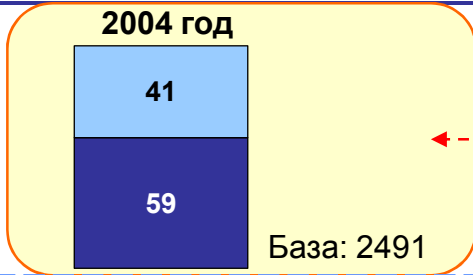
РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

	<p>- Данные на слайде в процентах от Базы.</p>
<p>База: все респонденты (999)</p>	<p>- Состав и численность группы респондентов, отвечавших на вопрос либо количество ответов на вопрос (если возможен множественный ответ на вопрос). Через знак «/» даны размеры баз в подгруппах.</p>
<p> - Значимые различия по годам</p> <p> - Значимые различия по городам</p>	<p>- Красным или оранжевым кружком обведено значение переменной в подгруппе, которое статистически значимо больше значения этой переменной в других подгруппах. То есть в генеральной совокупности эти различия также существуют. Остальные различия между подгруппами статистически не значимы, то есть в действительности могут как существовать, так и нет.</p>
<p>Вопрос 1</p>	<p>- Номер вопроса из анкеты.</p>
<p>ТОП-15</p>	<p>- На слайде представлен не весь рейтинг, а только 15 лидирующих позиций.</p>
<p>На некоторых слайдах данные по Москве и Санкт-Петербургу показаны отдельно, и обозначены значимые отличия (оранжевым кружком). Если на слайде приводятся только данные в целом по выборке, значит существенных различий между городами нет. То же самое относится и к различиям по годам. Если различия по годам есть, то на слайде представлены данные по 2004 и 2005 годам, и различия обозначены красным кружком. Если на слайде представлены данные только по 2005 году, то существенных различий между данными по 2004 и 2005 годам нет.</p> <p>По причине округления до целых процентов сумма процентов на отдельных диаграммах может составлять 99% или 101%. По той же причине ответы, набравшие менее 0,5% на диаграммах и в приложениях могут выглядеть как 0%.</p> <p>На некоторые вопросы респонденты могли давать более одного ответа, в этом случае сумма долей различных ответов превышает 100%.</p>	

ПРОФИЛЬ КОМПАНИЙ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ УСЛУГУ ПО ДОСТАВКЕ ВОДЫ

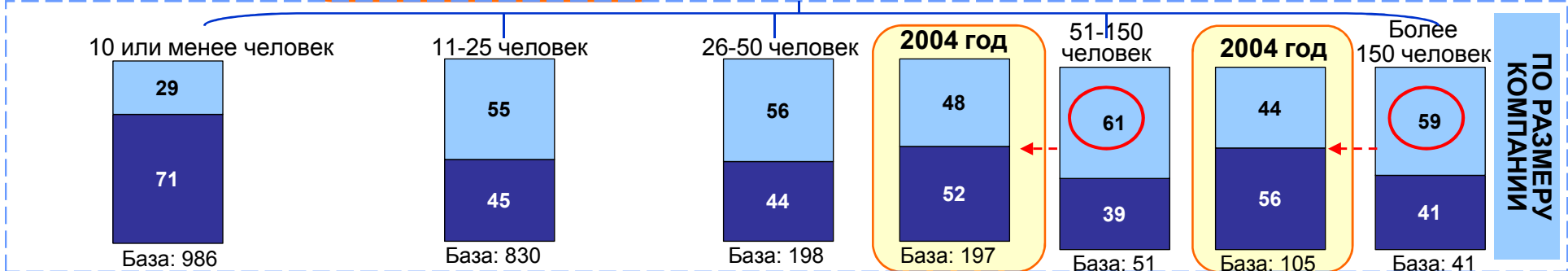
- Целевые группы для услуги по доставке воды определялись на основе данных всех телефонных интервью (как по полной анкете, так и коротких) с использованием метода Chaid. С помощью этого метода изучается зависимость одной переменной (в данном исследовании использование услуги по доставке воды в офис) от нескольких других (размер, сфера деятельности компании, город и т.д.). С помощью специальной программы строится дерево решений, уровни которого соответствуют переменным, от которых зависит исследуемая переменная.
- Как и в прошлом году, использование услуги по доставке воды в первую очередь зависит от размера компании, во вторую – от сферы деятельности компании.
- Среди компаний с количеством сотрудников 10 и менее человек пользуются услугой по доставке воды в офис в среднем не более трети фирм. При этом даже среди этих компаний выделяется группа более активных пользователей – это фирмы, относящиеся по сфере деятельности к строительству и недвижимости, рекламе и консалтингу.
- Среди компаний с количеством сотрудников более 10 человек в среднем уже более половины являются пользователями услуги по доставке воды в офис. При этом в зависимости от сферы деятельности в каждой из подгрупп по размеру можно выделить более и менее активных пользователей.
- Компании с количеством сотрудников 50-150 человек в Петербурге более активно, чем в Москве, используют услугу по доставке воды, 80% таких компаний заказывают воду в офис в Петербурге.
- По сравнению с 2004 годом, соотношение использующих и неиспользующих услугу по доставке воды в целом практически не изменилось. Однако в подгруппах компаний с численностью сотрудников более 50 человек количество пользующихся услугой по доставке воды значительно увеличилось.

%

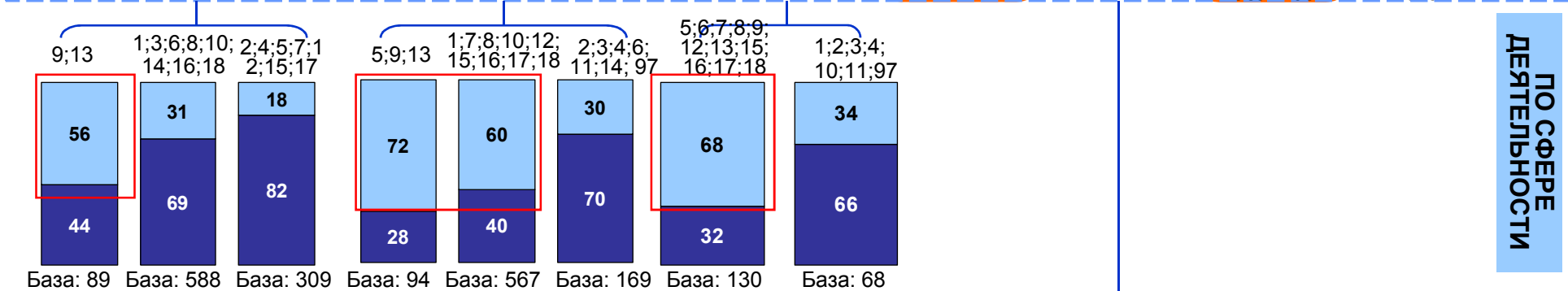


Пользуются
Не пользуются

ВСЕГО



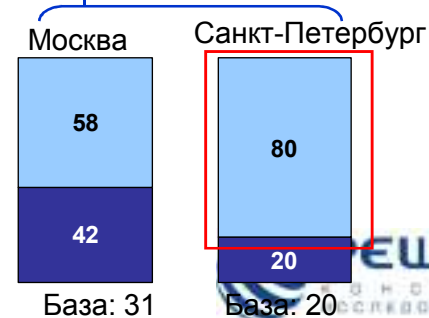
ПО РАЗМЕРУ КОМПАНИИ



ПО СФЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- | | |
|--|--|
| 1. Государственное управление и органы местного самоуправления | 10. Связь, телекоммуникации, информационные технологии |
| 2. Жилищное и коммунальное хозяйство | 11. Сельское хозяйство |
| 3. Медицина, здравоохранение | 12. Средства массовой информации |
| 4. Наука и образование, культура | 13. Строительство и недвижимость |
| 5. Общественные организации, политические партии и движения | 14. Суд, адвокатура (право), прокуратура |
| 6. Отдых, спорт, развлечения | 15. Сфера услуг |
| 7. Охрана, безопасность | 16. Торговля |
| 8. Производство, промышленность | 17. Транспорт |
| 9. Реклама, консалтинг, исследования | 18. Финансы и страхование, банковское дело, аудит |
| | 97. Другое |



ПО ГОРОДАМ



БАРЬЕРЫ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ УСЛУГ ПО ДОСТАВКЕ ВОДЫ В ОФИС 13

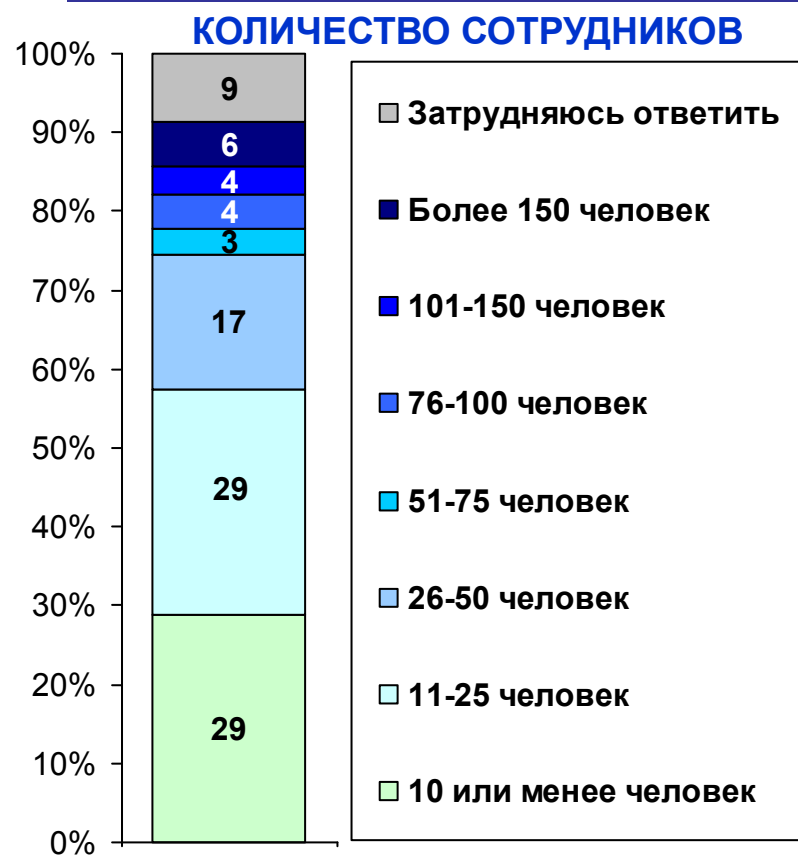
%



База: все компании, не пользующиеся услугами по доставке воды (1282)

- Большинство компаний, не пользующихся услугой по доставке воды в офис – это небольшие компании, где слишком мало сотрудников, чтобы заказывать воду в офис (10 или менее человек).
- Среди более крупных компаний чаще всего в качестве причин, по которым услуга по доставке воды в офис не используется, называлось использование фильтра для очистки воды или отсутствие средств.

% ПРОФИЛЬ КОМПАНИЙ, ПОЛЬЗУЮЩИХСЯ УСЛУГАМИ ПО ДОСТАВКЕ ВОДЫ В ОФИС 14



СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Торговля (предприятия оптовой и розничной торговли)	27
Производство, промышленность	14
Сфера услуг (общественное питание, гостиницы, парикмахерские)	12
Строительство и недвижимость	8
Наука и образование, культура	5
Реклама, консалтинг, исследования	5
Медицина, здравоохранение	4
Транспорт	4
Отдых, спорт, развлечения (туризм и т.д.)	4
Связь, телекоммуникации, информационные технологии	3
Финансы и страхование, банковское дело, аудит	3
Остальные	6
Затрудняюсь ответить	5

СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ 55 человек

Москва	Санкт-Петербург
66	46

• В 2005 году, по сравнению с 2004 годом, параметры выборки существенно не изменились.

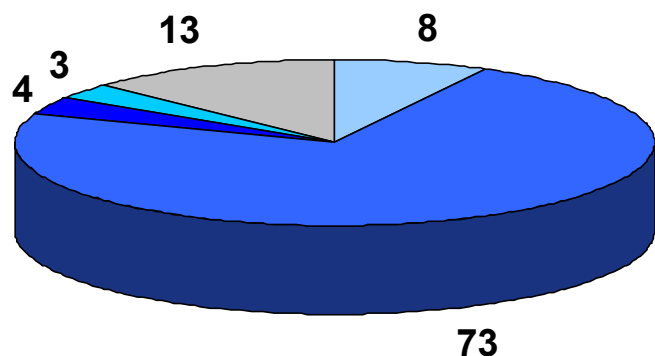
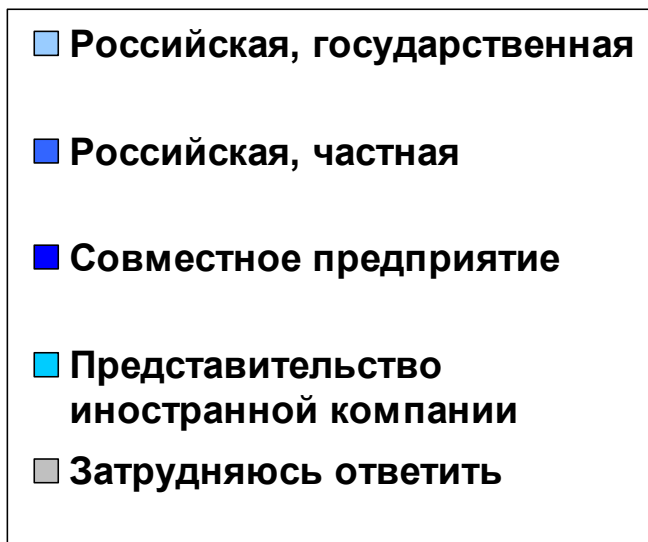
База: все респонденты (999)



ПРОФИЛЬ КОМПАНИЙ, ПОЛЬЗУЮЩИХСЯ УСЛУГАМИ ПО ДОСТАВКЕ ВОДЫ В ОФИС (2) 15

%

ФОРМА СОБСТВЕННОСТИ



2005 год

ДОЛЖНОСТЬ РЕСПОНДЕНТА (ЧЕЛОВЕКА ОТВЕЧАЮЩЕГО ЗА ЗАКАЗ ВОДЫ В ОФИС)



• В 2005 году, по сравнению с 2004 годом, параметры выборки существенно не изменились.

База: все респонденты (999)

ОБЩИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

СРОК ПОЛЬЗОВАНИЯ УСЛУГОЙ ДОСТАВКИ ВОДЫ В ОФИС



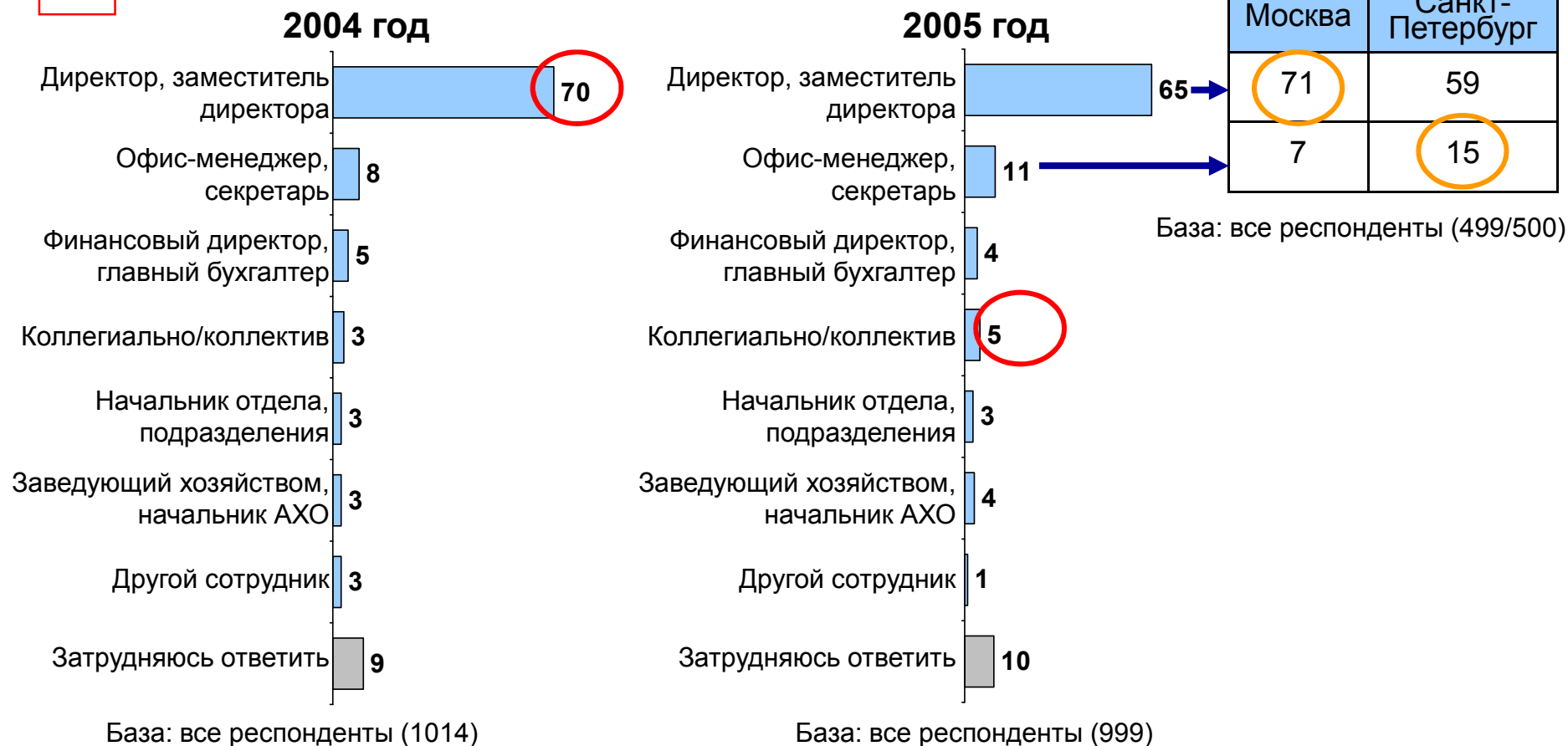
База: все респонденты (1014/999/516/499/498/500)

- По данным 2004 года, более половины опрошенных компаний начали использовать услугу по доставке воды в офис не ранее 2-х лет назад.
- В 2005 году число клиентов, которые начали сравнительно недавно пользоваться услугой по доставке воды в офис несколько снизилось.
- В Москве компании начали использовать услугу по доставке воды в среднем раньше, чем в Санкт-Петербурге.
- В 2005 году прирост новых клиентов в обоих городах выровнялся. В 2004 году прирост новых клиентов был несколько выше в Санкт-Петербурге, чем в Москве.



%

Вопрос 14



- В большинстве компаний (независимо от их размера) принятие решения о начале пользования услугой по доставке воды в офис осуществляется на высшем уровне руководства (директором или заместителем директора).
- В 2005 году решение о пользовании услугой по доставке воды в офис в Москве, по сравнению с Петербургом, несколько чаще принимается директором или заместителем директора, а в Санкт-Петербурге – офис-менеджером или секретарем.

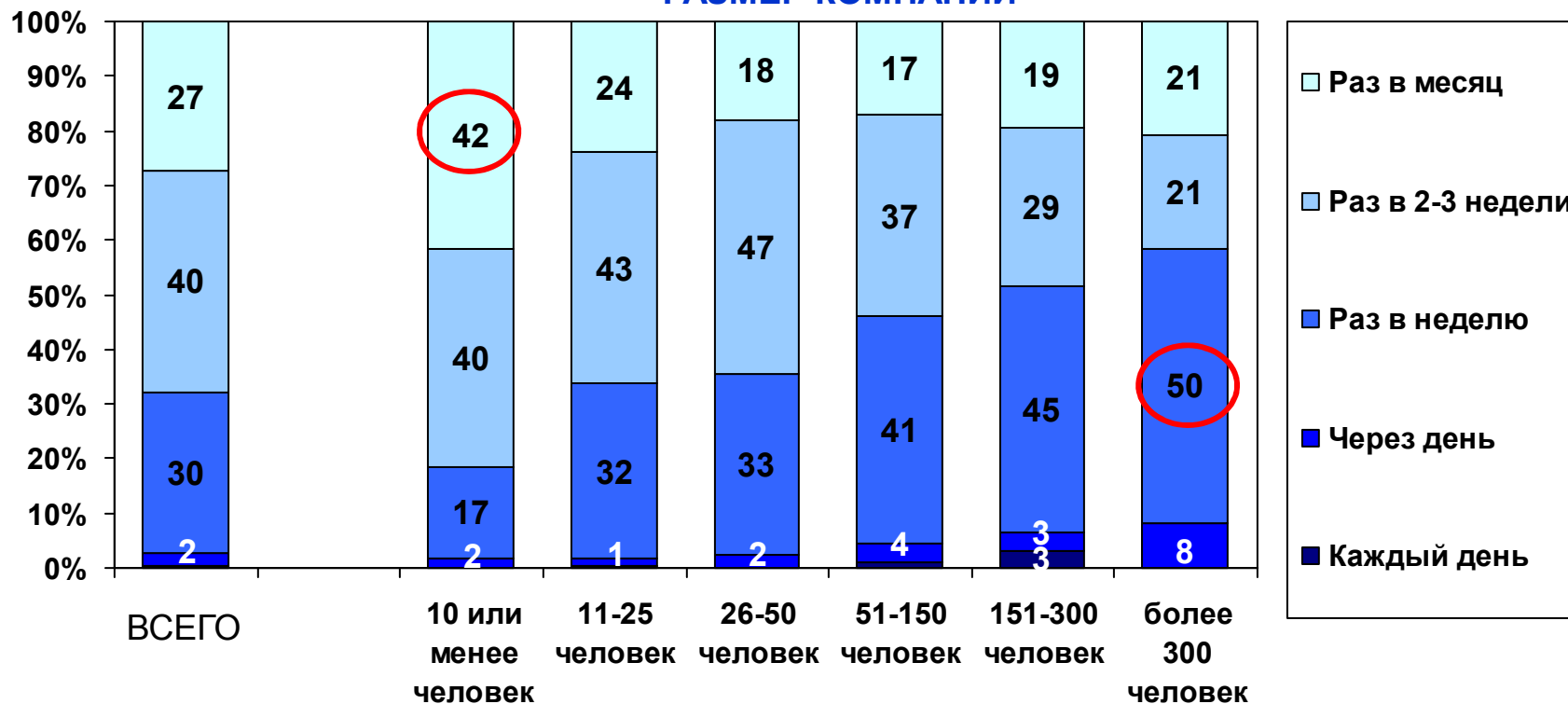
%

Вопрос 1



- Значимые различия между подгруппами

РАЗМЕР КОМПАНИИ



База: все респонденты (999/288/285/172/111/31/24)

- Более 30% опрошенных компаний заказывают воду раз в неделю или чаще.
- Наблюдается зависимость частоты заказа воды в офис от размера компании – мелкие компании заказывают воду реже, чем более крупные.

МОСКВА 2005 год

	Всего 2004	Всего 2005	10 или менее человек	11-50 человек	51-150 человек	151-300 человек	более 300 человек
Средний ежемесячный объем закупок (в литрах)	381	341	144	257	427	678	2 135
Доля в общем объеме покупок (%)			11	40	19	7	23
База	516	499	115	230	64	15 *	16 *

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ 2005 год

	Всего 2004	Всего 2005	10 или менее человек	11-50 человек	51-150 человек	151-300 человек	более 300 человек
Средний ежемесячный объем закупок (в литрах)	318	321	154	318	345	922	647
Доля в общем объеме покупок (%)			18	48	20	10	4
База	498	500	173	227	47	16 *	8 *

• С учетом ежемесячного объема покупок воды и количества компаний в сегменте, наиболее привлекательным сегментом, как и в 2004 году, являются компании с численностью сотрудников 11-50 человек.

• В 2005 году, по сравнению с 2004 годом, в Санкт-Петербурге средний ежемесячный объем закупок не изменился, в Москве – снизился на 10%, однако, существует вероятность, что такое изменение показателя в Москве могло быть вызвано изменением в структуре выборки.

* Маленькие базы в подгруппах могут давать большую ошибку.

2005 год	ВСЕГО	Город		Размер компании				
		Москва	Санкт-Петербург	10 или менее человек	11-50 человек	51-150 человек	151-300 человек	более 300 человек
В среднем литров на человека в месяц	14	13	16	22	12	6	4	3
База	999	499	500	288	457	111	31	24

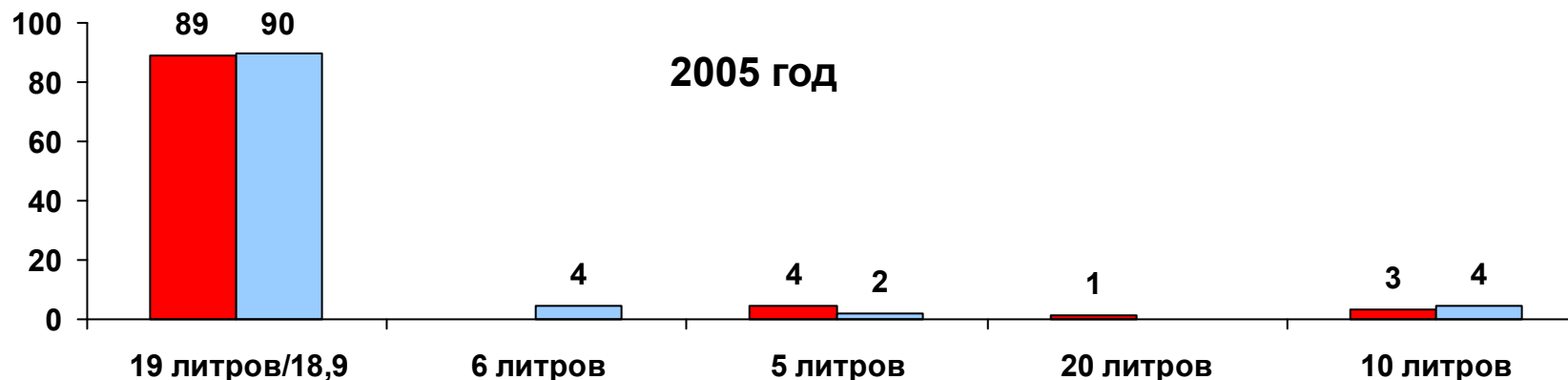
2004 год	ВСЕГО	Город		Размер компании				
		Москва	Санкт-Петербург	10 или менее человек	11-50 человек	51-150 человек	151-300 человек	более 300 человек
В среднем литров на человека в месяц	15	14	17	24	13	6	5	5
База	1014	516	498	324	513	94	25	21

- В 2005 году в среднем на одного сотрудника компании в месяц приходится 13 литров питьевой воды в Москве и 16 литров в Санкт-Петербурге. Это на 1 литр меньше, чем в прошлом году.
- Объемы покупок питьевой воды обратно пропорциональны количеству сотрудников в компании: чем крупнее компания, тем меньше воды приходится на одного человека в среднем. Можно предположить, что это связано с тем, что в крупных компаниях не все сотрудники пьют (или имеют возможность) пить бутилированную воду.

% *Вопрос 2*



База: все респонденты (516/498)

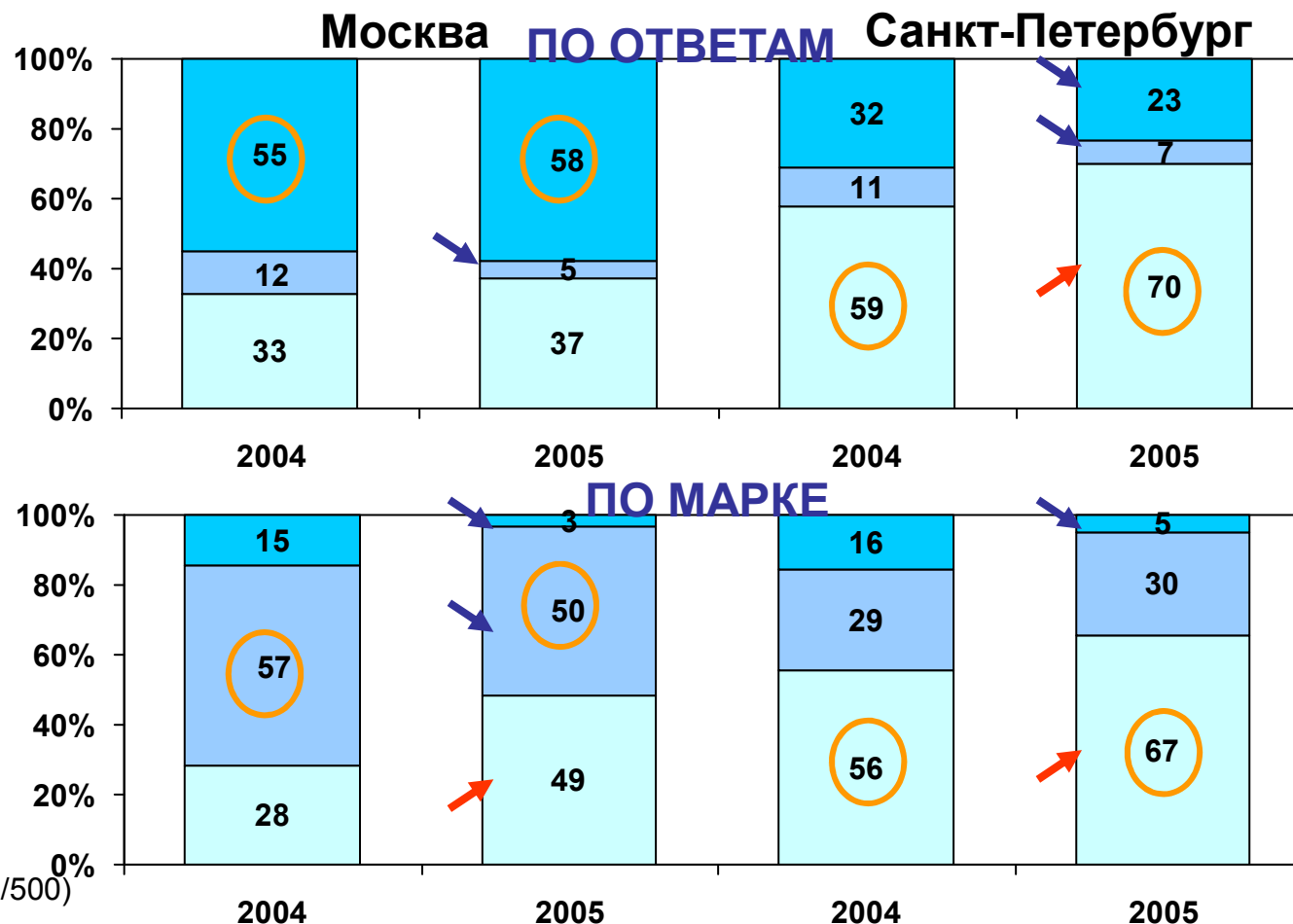
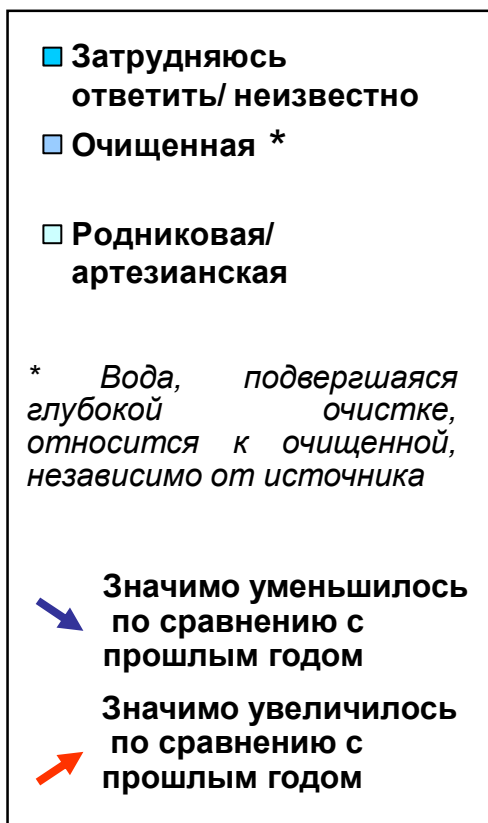


База: все респонденты (499/500)

- Подавляющее большинство компаний заказывают в офис 19 литровые бутылки (или бутылки 18,9 литров).
- В Санкт-Петербурге в 2004 году чаще, чем в Москве, в офис заказывали бутылки объемом 6 литров. В 2005 году в Санкт-Петербурге заказ бутылей данного объема уменьшился в два раза.
- Также, можно отметить, что в 2005 году заказ бутылей объемом 10 литров незначительно вырос, по сравнению с 2004, а бутылей 20 литров – упал.

%

Вопрос 13



База: все респонденты (516/499/498/500)

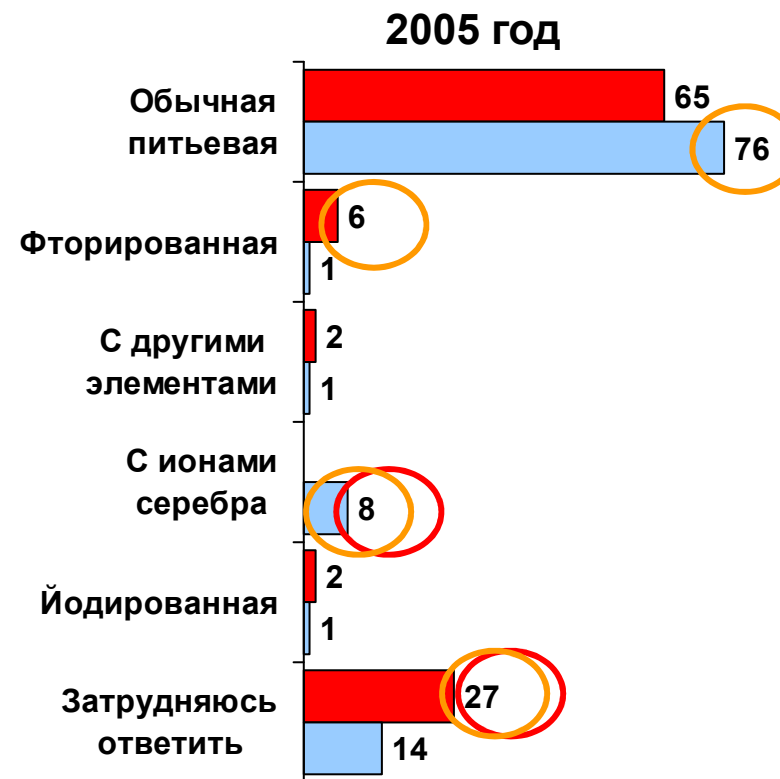
- Около 60% респондентов в Москве и 25% респондентов в Санкт-Петербурге затруднились ответить на вопрос о том, воду из какого источника они пьют. При этом, по сравнению с 2004 годом, число респондентов, затруднившихся ответить на данный вопрос, в Санкт-Петербурге снизилось. Также снизилось и число респондентов, которые считают, что пьют очищенную воду (оба города).
- Большая часть респондентов в обоих городах, ответивших на данный вопрос, считают, что они пьют родниковую либо артезианскую воду, причем в Санкт-Петербурге это число значительно выше, чем в Москве. Только около 6% опрошенных думают, что они пьют очищенную воду.
- Используя данные скрытого опроса компаний, можно выяснить, воду из какого источника покупают компании, судя по ее марке. В Москве в половине случаев респонденты неверно называют тип воды, которую они пьют, как среди покупающих природную воду, так и среди тех, кто покупает очищенную воду. В Санкт-Петербурге ошибается в этом вопросе значительно меньшее количество респондентов.

% Вопрос 5

■ Москва ■ Санкт-Петербург



База: все респонденты (516/498)



База: все респонденты (499/500)

- Около пятой части опрошенных не знают, воду какого типа они пьют в офисе.
- Большинство компаний заказывают в офис обычную питьевую воду (без добавления каких-либо элементов или минералов). Причем, по сравнению с 2004 годом, в Москве этот процент несколько снизился. В 2005 году потребление обычной питьевой воды в Санкт-Петербурге стало выше, чем в Москве.
- В Москве, по сравнению с Санкт-Петербургом, более популярна фторированная вода, хотя в 2005 году потребление данной воды в Москве снизилось почти в 2 раза.
- В Санкт-Петербурге выше, чем в Москве, потребление воды с ионами серебра, причем, с 2004 года этот процент увеличился в 2 раза.

%

Вопрос 8

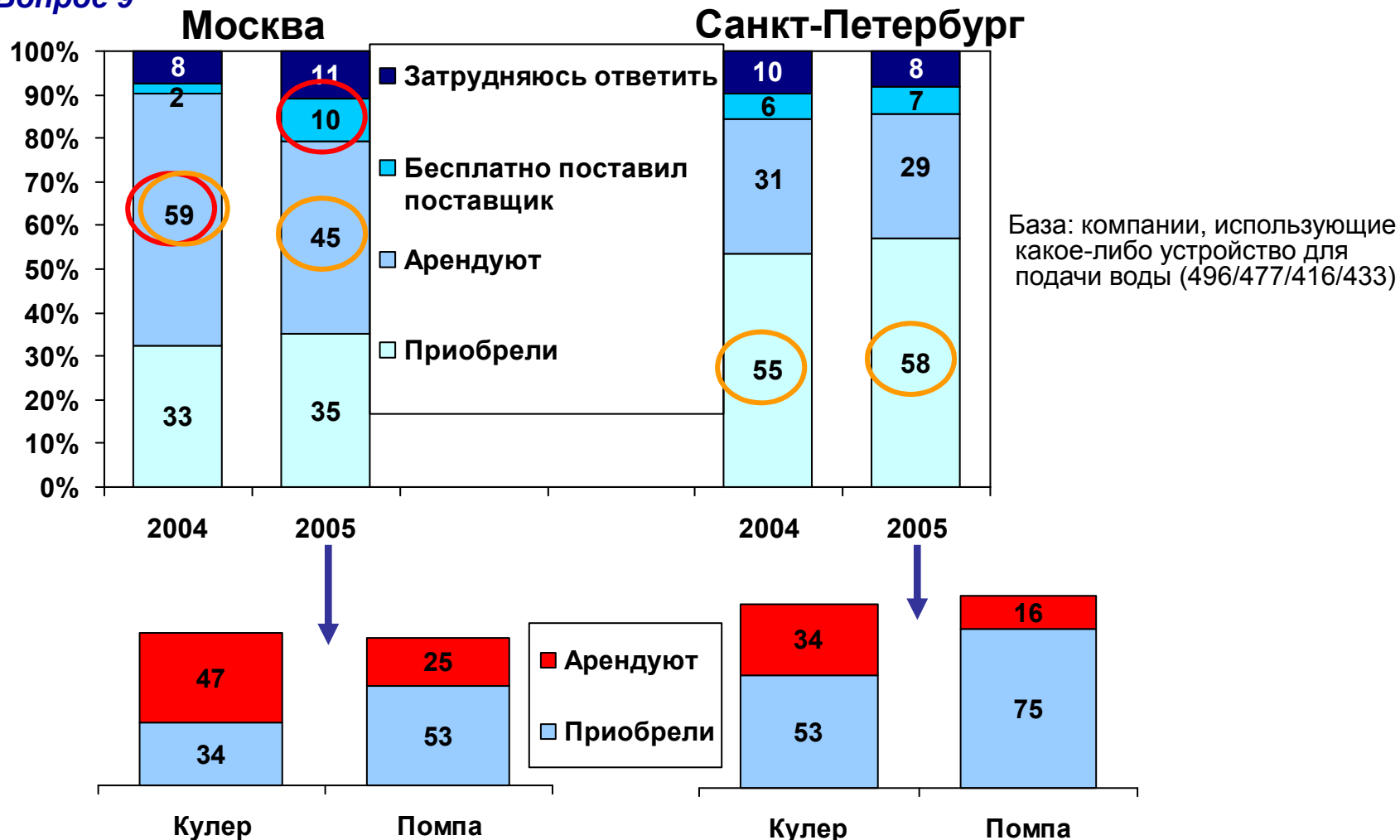
■ Москва ■ Санкт-Петербург



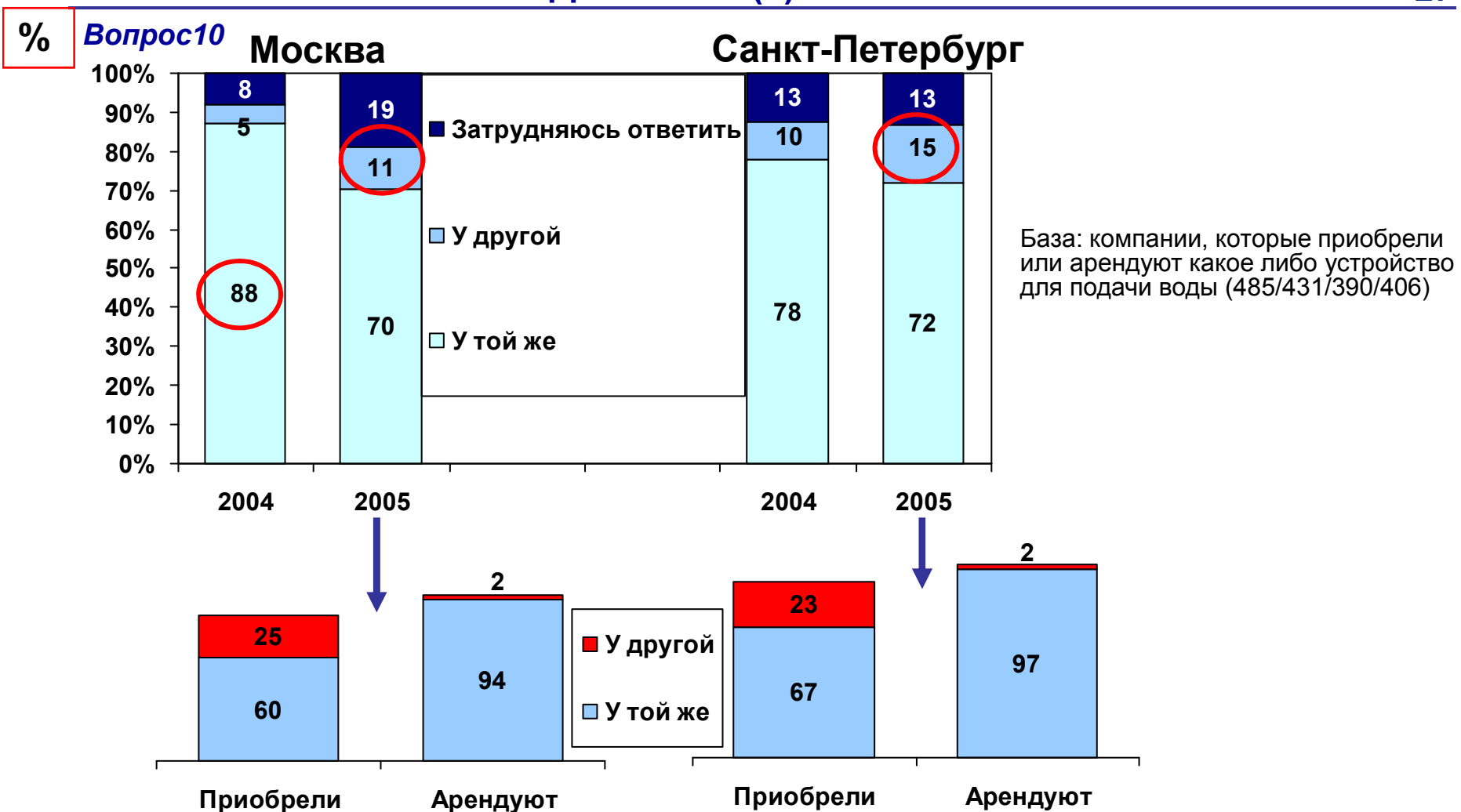
- В обоих исследуемых городах кулер – наиболее популярное приспособление для подачи воды.
- В Санкт-Петербурге кулер используют реже, чем в Москве, хотя в 2005 году в Санкт-Петербурге число компаний, использующих для подачи воды кулер, заметно выросло .
- В Санкт-Петербурге чаще, чем в Москве, компании пользуются более дешевым устройством – помпой, либо вообще не пользуются приспособлениями для подачи воды. По сравнению с 2004 годом, в 2005 году процент компаний в Санкт-Петербурге, вообще не использующих никакого оборудования для подачи воды, несколько снизился, хотя, остается в 3 раза выше, чем в Москве.

%

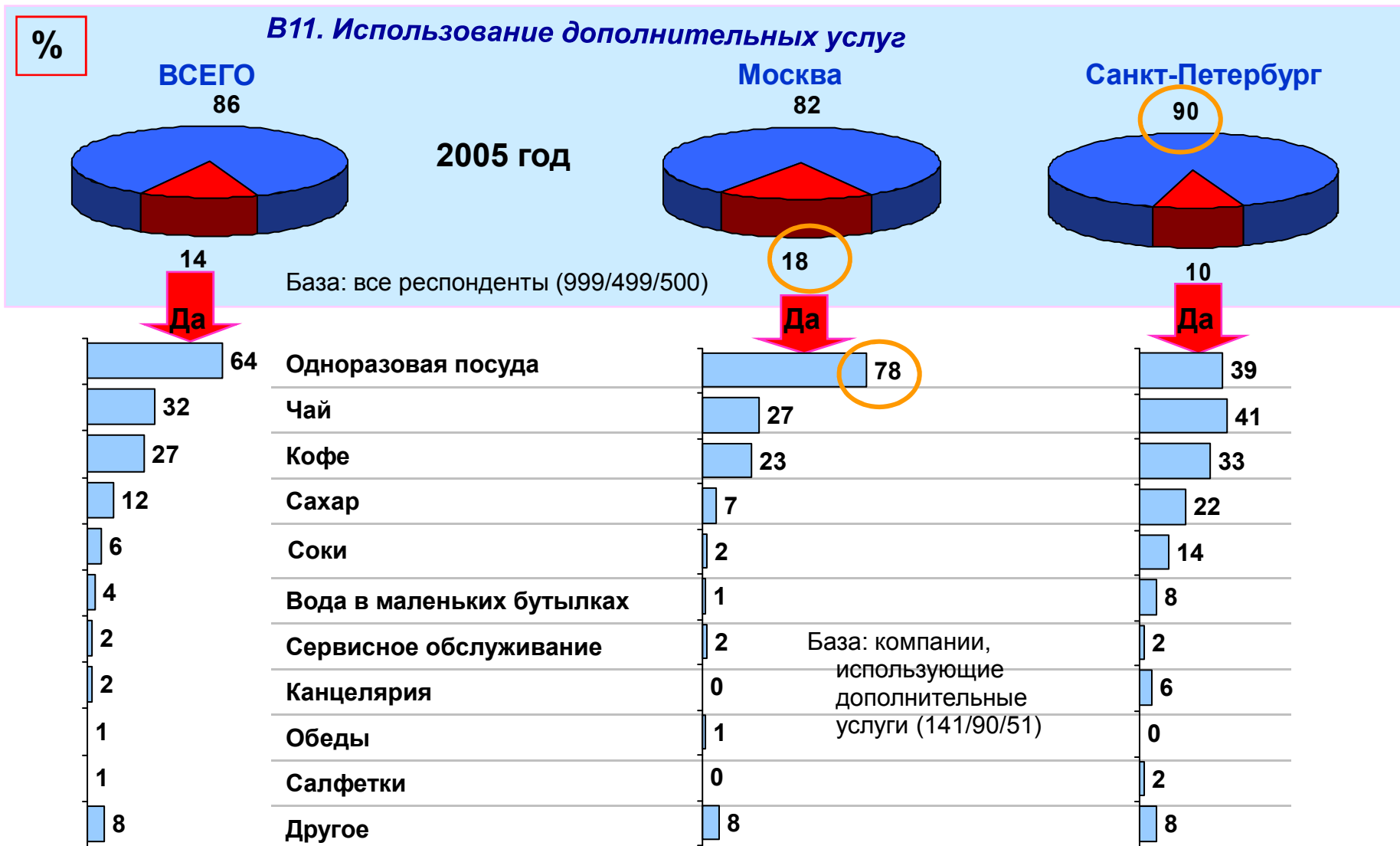
Вопрос 9



- В Санкт-Петербурге компании чаще приобретают оборудование для подачи воды, а в Москве – берут в аренду.
- В Москве в 2005 году уменьшилось число компаний, которые берут оборудование для подачи воды, в аренду, и увеличилось (в 5 раз) число компаний, оборудование для подачи воды которым, бесплатно предоставил поставщик. Но, тем не менее, процент компаний, которым оборудование для подачи воды бесплатно предоставил поставщик, остается в обоих городах сравнительно небольшим.
- В обоих городах, приобретают чаще помпу, а в аренду берут – кулер.

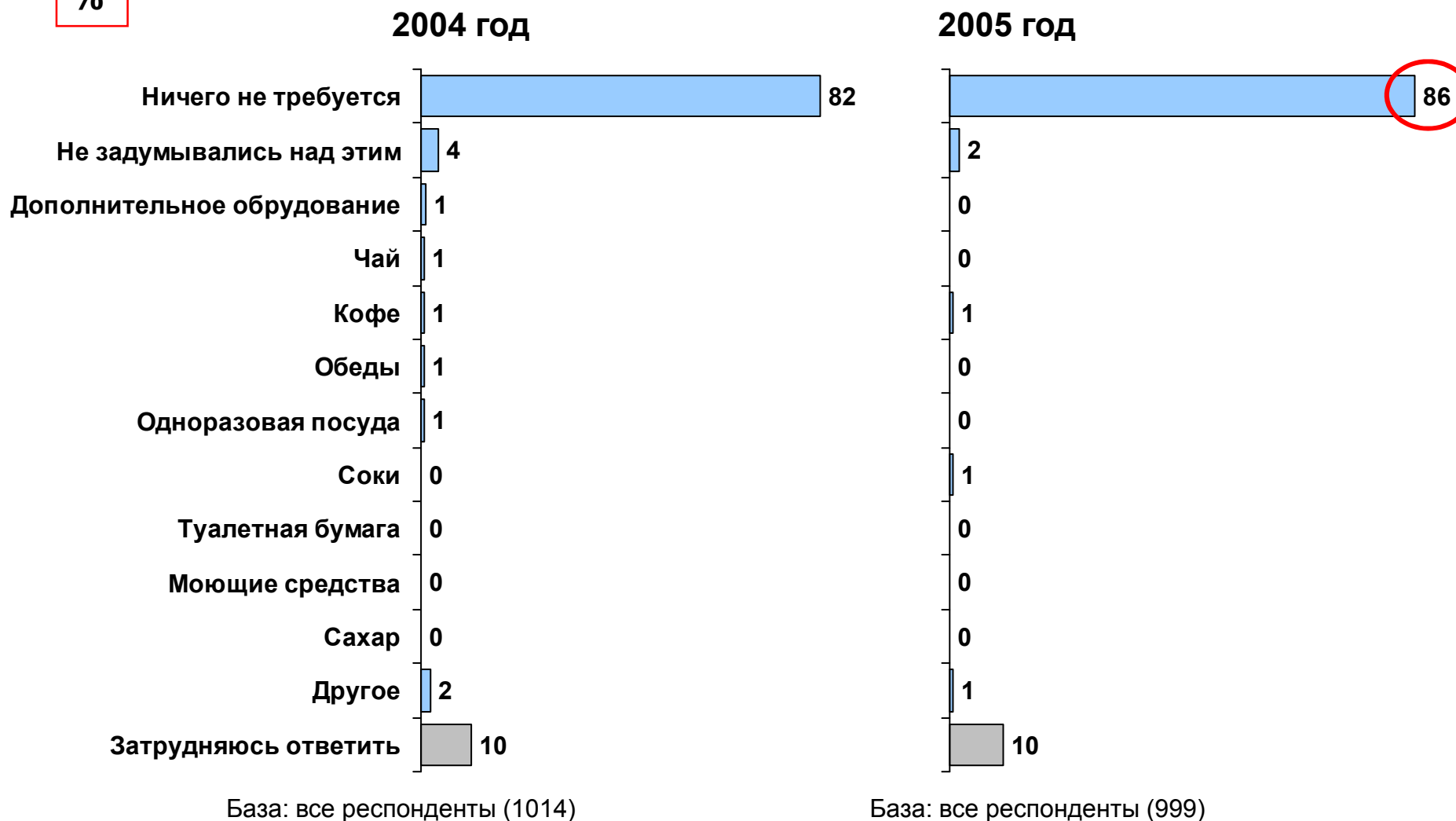


- В обоих исследуемых городах чаще всего приобретают или арендуют оборудование для подачи воды у той же компании, что и является поставщиком воды. Однако, среди приобретающих оборудование, несколько больше доля тех, кто обращается к другому поставщику.
- В Москве в 2005 году число компаний, которые приобретают или арендуют оборудование у той же компании, что и поставляет воду, снизился. И в Москве, и в Санкт-Петербурге увеличилось число компаний, которые приобретают или арендуют оборудование у других компаний.



- Как в Москве, так и в Санкт-Петербурге подавляющее большинство компаний не пользуются дополнительными услугами. В Москве число компаний, пользующихся дополнительными услугами, несколько выше.
- Среди тех компаний, которые заказывают что-либо кроме воды у своих поставщиков, наибольшей популярностью пользуется доставка одноразовой посуды (стаканчиков), чая и кофе. Причем, число компаний, которые заказывают одноразовую посуду значительно выше в Москве.

% Вопрос 12



• Подавляющее большинство компаний не заинтересованы в использовании дополнительных услуг в дальнейшем.
 • В 2005 году, по сравнению с 2004 годом, увеличилось число компаний, не заинтересованных в использовании дополнительных услуг в дальнейшем.

МАРКИ ВОДЫ И КОМПАНИИ, ДОСТАВЛЯЮЩИЕ ВОДУ

- Ситуация с марками воды и компаниями, доставляющими воду, на рынках Москвы и Санкт-Петербурга сильно отличается. В обоих городах наиболее заметные позиции как по уровню известности, так и по доле рынка, имеют локальные поставщики. Отдельно следует выделить только международную компанию «Нестле», лидирующую в Москве и входящую в тройку лидеров в Санкт-Петербурге.
- Общим для обоих городов является тот факт, что респонденты часто путают марку воды и название компании, которая доставляет воду в офис. В обоих городах большое количество респондентов знают марку воды, однако затрудняются ответить, какая компания поставляет воду. Также довольно часто респонденты ошибочно указывают название компании, доставляющей воду, что было выяснено после сравнения ответов респондентов с результатами скрытого опроса. На слайдах 38 и 39 видна разница между ответами респондентов на прямой вопрос о компании, доставляющей воду, и данными о компании, полученным исходя из названия марки воды.

КОММЕНТАРИИ К РАЗДЕЛУ

- На слайдах 32-39 даны только ТОП-15 по маркам воды и компаниям. Полный список марок воды и компаний, доставляющих воду, дается в ПРИЛОЖЕНИИ № 1.
- В 2005 году был отредактирован список для оценки уровня известности марок воды, доставляемых в офис. В списке были оставлены лидирующие марки воды, и удалены ныне не существующие марки. Кроме того, единый в 2004 году для двух городов список марок, в 2005 году был разделен на два отдельных списка (для Москвы и для Санкт-Петербурга). Различия по данным маркам между 2004 годом и 2005 годом могут быть вызваны изменением списка.
- В 2005 году удалены: «Чистая вода» (не существует), «Аква Минерале», «Святой источник» (нет в объемах 19 литров), «Черноголовская», «Пятизвездная», «Московия», «Мир воды», «Колодезная», «Жемчужина», «Дипломат», «Девон», «Горный хрусталь», «Александров ключ», «Аква-про», «Аква-Люкс», «Аква-Натурале» (набрали небольшой процент ответов).
- В 2005 году добавлены: «Источник Старо-Мытищинский» (бывшая «Старо-Мытищинская»), «Родниковая», «Родниковый край», «Окуловская», «Норд-аква», «Кристалльный источник», «Живой родник», «Серебряная вода Даймонд», «Серебряная вода TSV», «Айсберг», «Акванорд», «Госпожа природа» (набрали заметный процент по уровню спонтанного знания в 2004 году), «Буржуа» (новая марка).

ЗНАНИЕ МАРОК ВОДЫ

МОСКВА 32

%

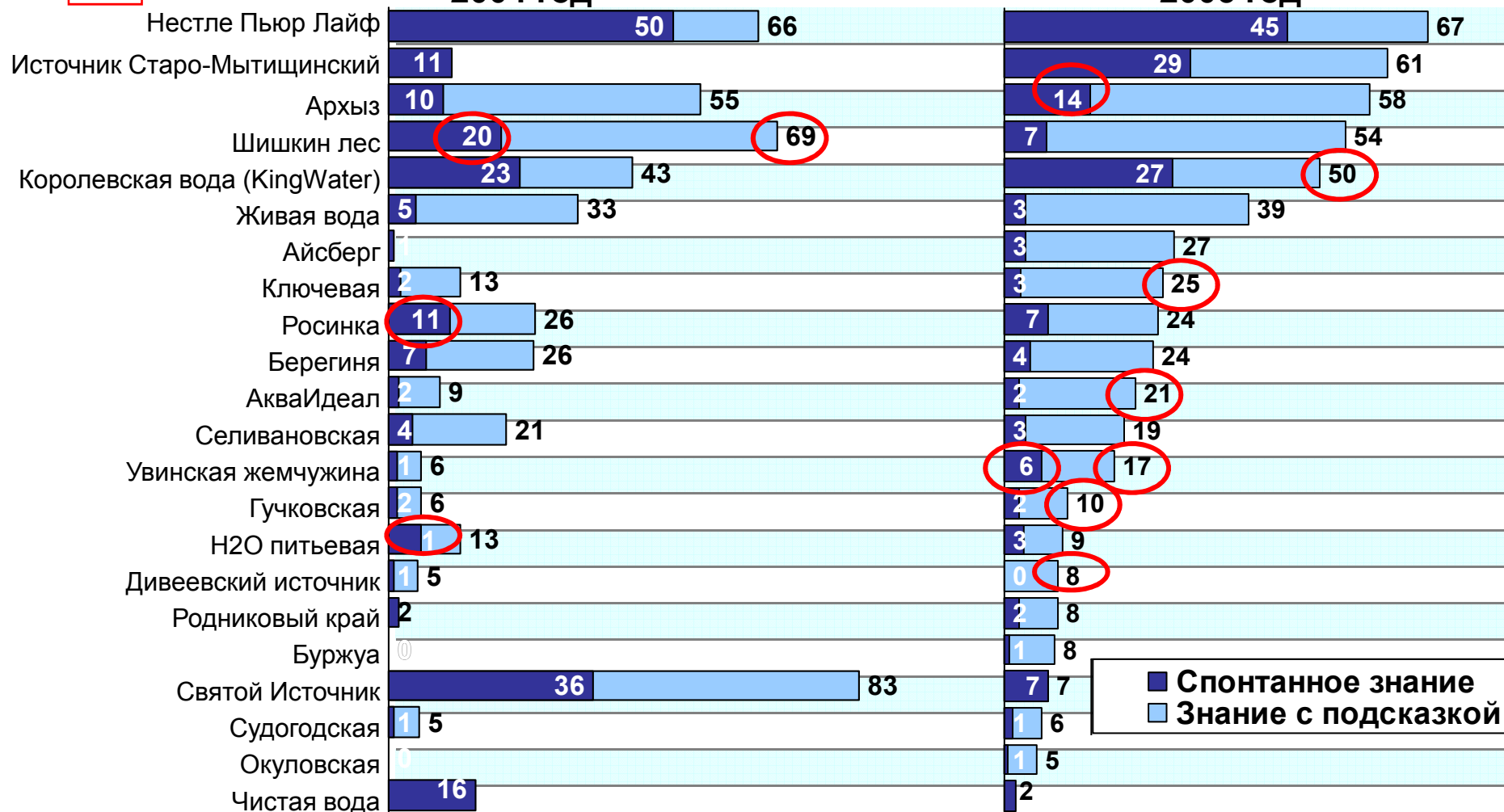
Вопросы 21, 22

ТОП-15

ПО ОТВЕТАМ РЕСПОНДЕНТОВ

2004 год

2005 год



■ Спонтанное знание
■ Знание с подсказкой

База: все респонденты (516)

База: все респонденты (499)

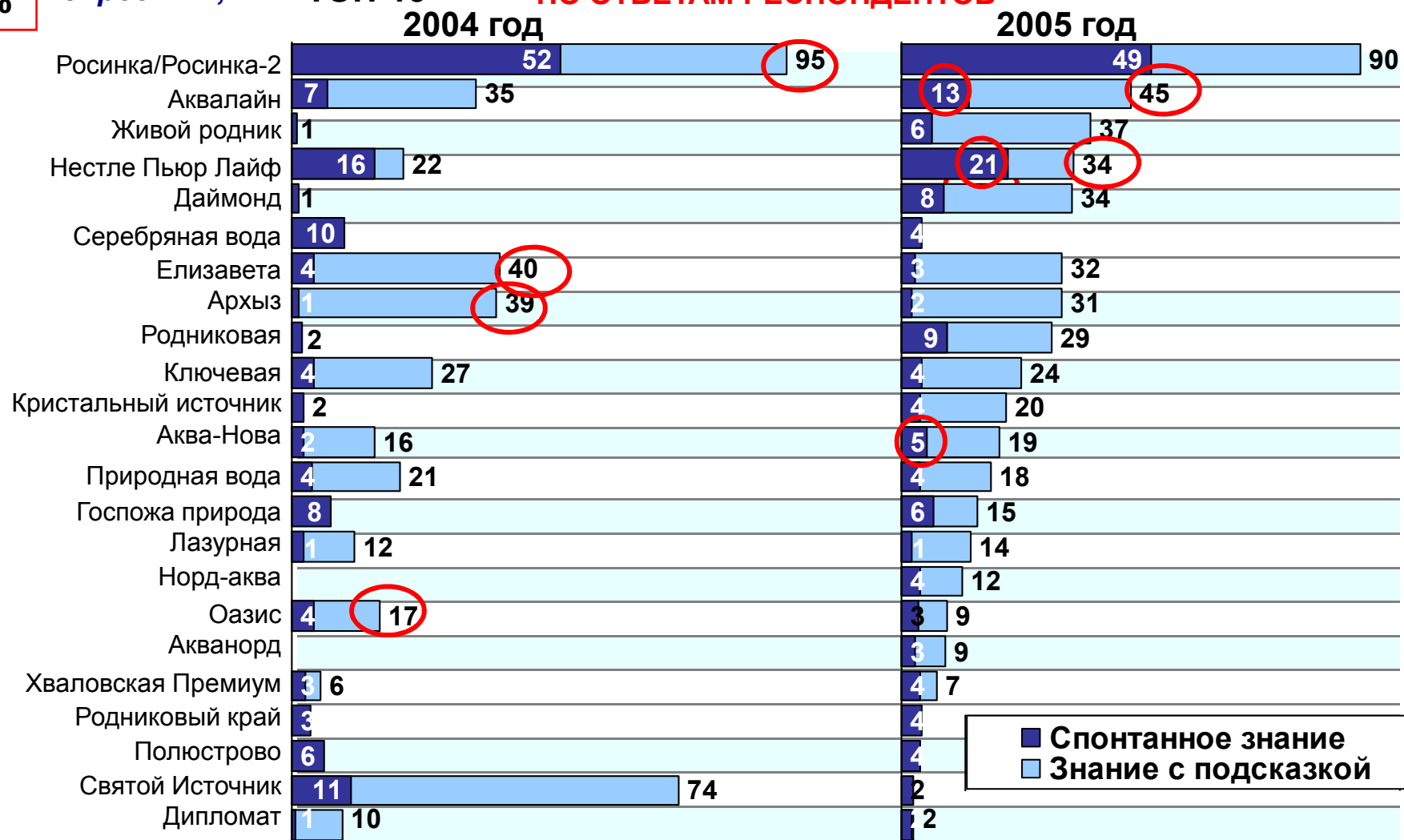
• В 2005 году, как и в прошлом году, по уровню спонтанного знания марок воды **в упаковке 5 литров и более**, лидирует марка «Нестле Пьюр Лайф». За ней по уровню спонтанного знания идет марка «Королевская вода», по сравнению с 2004 годом, у нее увеличился уровень знания с подсказкой. Далее идут марки «Архыз» (уровень спонтанного знания которой увеличился) и «Шишкин лес» (несмотря на то, что уровень спонтанного знания и знания с подсказкой этой марки несколько снизился по сравнению с 2004 годом). Также в 2005 году значительно вырос уровень известности марки «Источник Старо-Мытищинский», но нельзя определенно сказать, что этот рост отражает реальную ситуацию на рынке, возможно, это связано с добавлением этой марки в список в 2005 году.

ЗНАНИЕ МАРОК ВОДЫ (2)

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ 33

% Вопросы 21, 22

ТОП-15 ПО ОТВЕТАМ РЕСПОНДЕНТОВ



База: все респонденты (498)

База: все респонденты (500)

■ Спонтанное знание
■ Знание с подсказкой

• В Санкт-Петербурге безусловным лидером по уровню известности является марка «Росинка/Росинка-2». Около половины респондентов назвали эту марку спонтанно и 90% вспомнили ее по списку. Также в 4% случаев респонденты в качестве марки воды называли «Полюстрово». При этом, уровень знания «Росинки/Росинки-2» по списку в 2005 году уменьшился.
• В 2005 году заметно увеличилось спонтанное знание и знание по списку марок «Нестле Пьюр Лайф» и «Аквалайн», которые с заметным отставанием от лидера занимают второе и третье места в рейтинге.

ПОТРЕБЛЕНИЕ МАРОК ВОДЫ

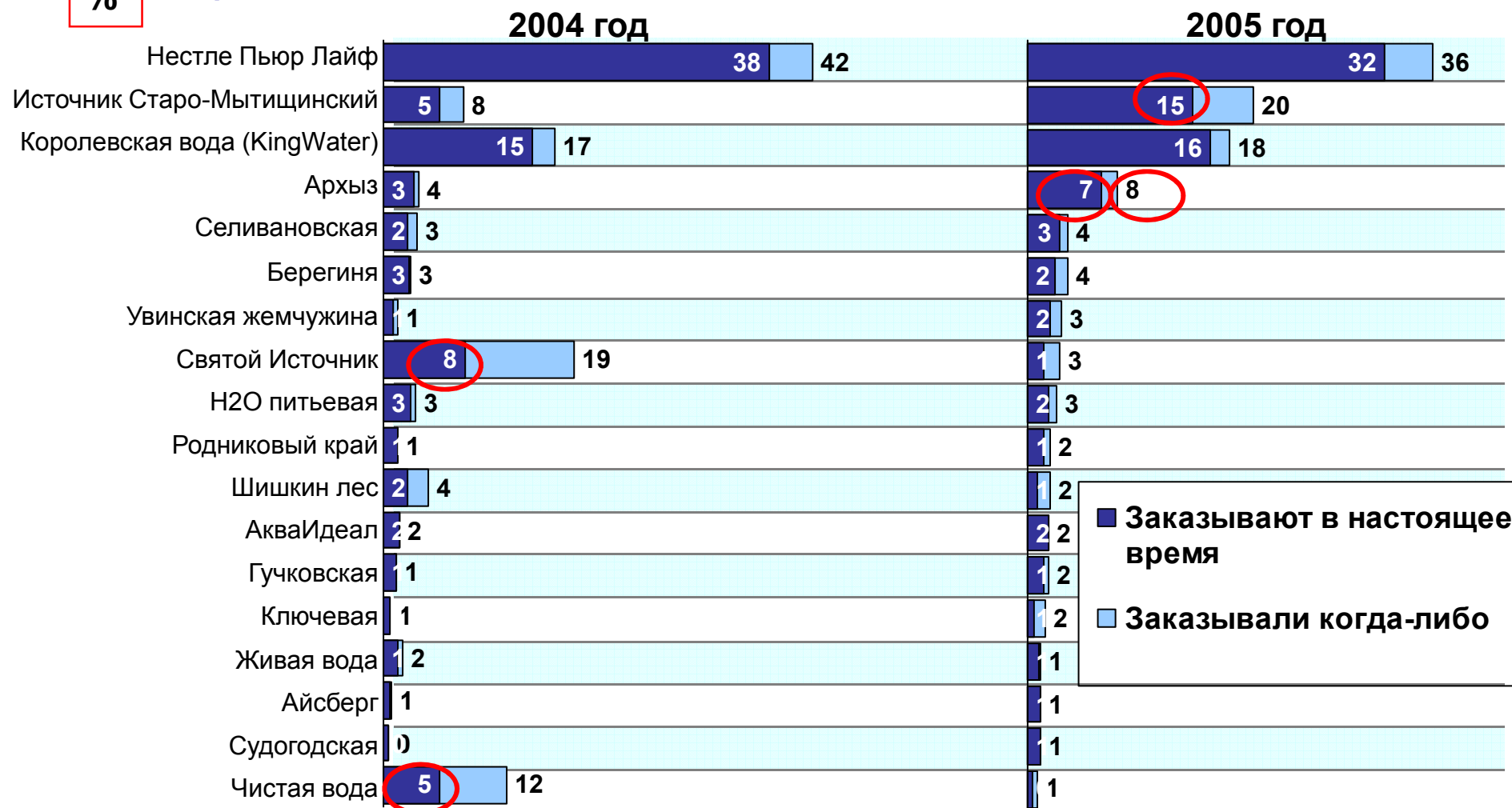
МОСКВА 34

%

Вопросы 6, 23

ТОП-15

ПО ОТВЕТАМ РЕСПОНДЕНТОВ



База: все респонденты (516)

База: все респонденты (499)

• В 2005 году в Москве по-прежнему наиболее популярной маркой воды, доставляемой в офис, является «Нестле Пьюр Лайф» (Nestle Pure Life). За ней со значительным отрывом идут марки «Источник Старо-Мытищинский», потребление которой значительно выросло по сравнению с 2004 годом, и «Королевская вода» (King Water). В 2005 году выросло также потребление воды «Архыз».

• Небольшие различия между количеством заказывавших марку когда-либо и в настоящее время по остальным маркам позволяют сделать вывод о том, что большинство компаний не склонно менять поставщика воды.

РАСЧЕТНЫЕ ДОЛИ РЫНКА МАРОК ВОДЫ

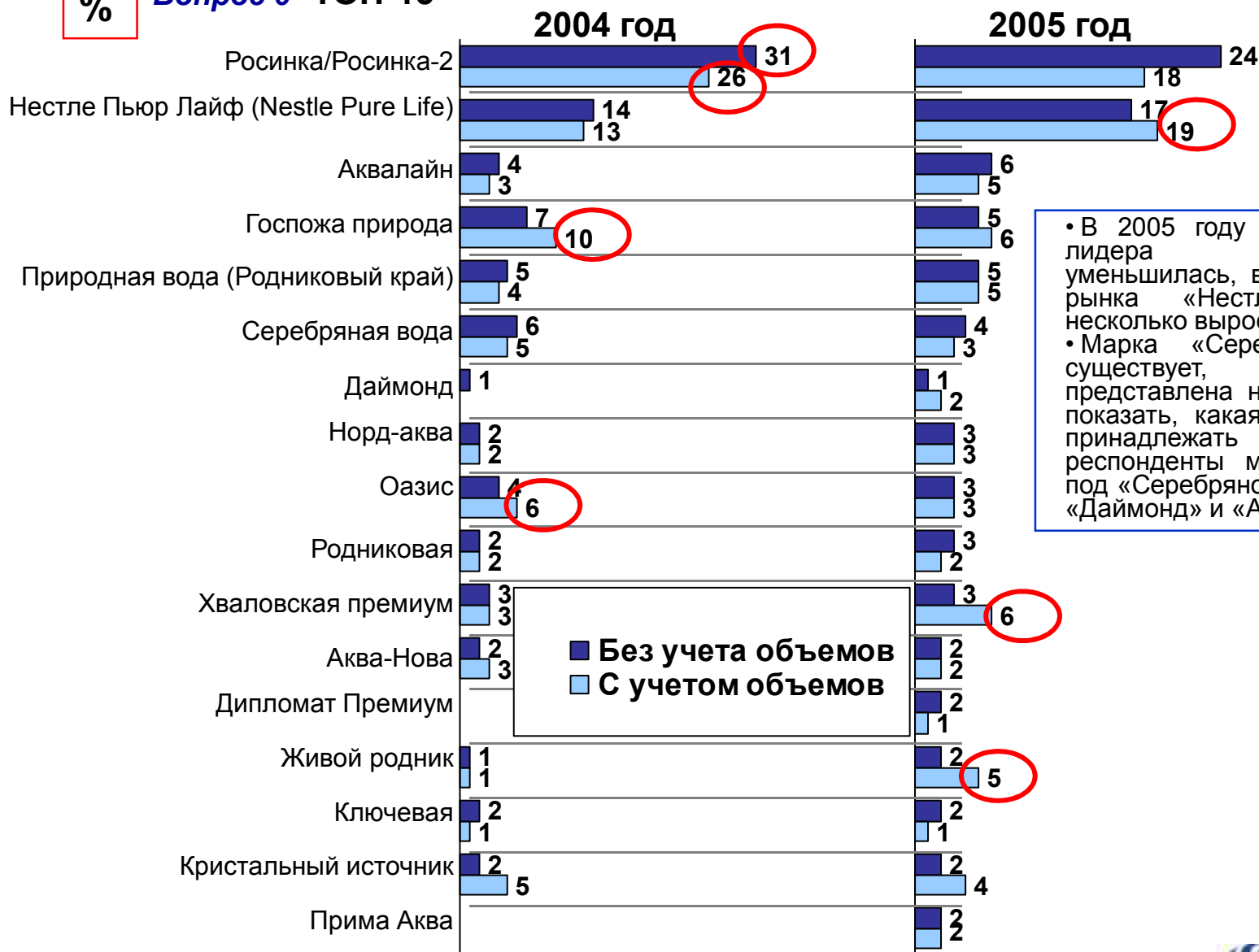
МОСКВА 36



- Чтобы вычислить долю рынка, за базу было взято количество **ответов**, а не количество респондентов, так как некоторые компании могут потреблять более одной марки воды.
- Оценка доли рынка с учетом объемов была посчитана с поправкой на ежемесячный объем покупок каждой марки воды.
- Таким образом, доля рынка с учетом объемов отражает долю каждой марки в общем объеме продаж, а доля рынка без учета объемов показывает количество покупателей каждой марки.
- В 2005 году доля рынка марки-лидера «Нестле Пьюр Лайф» существенно уменьшилась, в то время как доли рынка марок «Источник Старо-Мытищинский» и «Архыз» увеличились.
- По сравнению с 2004 годом, у марки «Источник Старо-Мытищинский» увеличились доля рынка, потребление, а также знание поставщика воды (см. дальше). Эти данные были получены на основе вопросов, которые задавались респондентам задолго до предъявления списка марок. Таким образом, данные по уровню известности этой марки (слайд 32), можно считать достоверными, но, не исключено, что несколько завышенными, вследствие появления этой марки в списке в 2005 году.

%

Вопрос 6 Топ-15



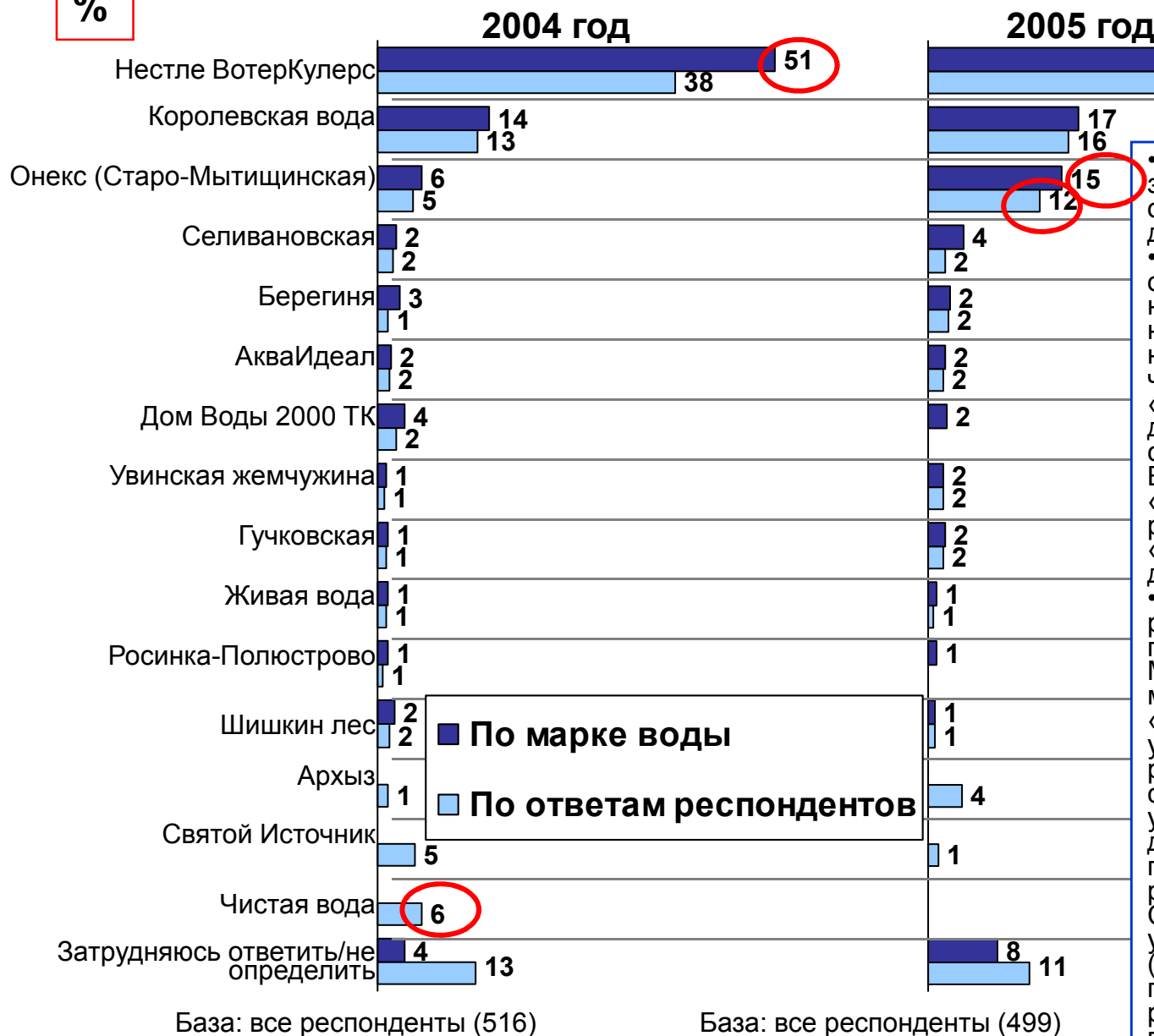
• В 2005 году доля рынка марки-лидера «Росинка/Росинка-2» уменьшилась, в то время как доля рынка «Нестле Пьюр Лайф» несколько выросла.
 • Марка «Серебряная вода» не существует, но она была представлена на диаграмме, чтобы показать, какая доля рынка может принадлежать маркам, которые респонденты могли подразумевать под «Серебряной водой» (например, «Даймонд» и «Аква-Нова»).

База: ответы респондентов (517)

База: ответы респондентов (513)

%

Вопрос7 Топ-15



• Более 10% 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 «Святой Источник», хотя доставкой воды этой марки на самом деле занимается «Нестле ВотерКулерс». Также воду «Архыз» доставляют несколько разных компаний, а компании «Архыз», занимающейся доставкой воды, не существует.

• Несмотря на путаницу в ответах респондентов, компанию-лидера по доставке воды в офис в Москве, как и в прошлом году, можно назвать без сомнений – «Нестле ВотерКулерс». Ее услугами пользуется около трети респондентов. В то же время, по сравнению с 2004 годом, услугами этой компании по доставке воды в офис в 2005 году пользуется меньшее число респондентов (по марке воды). Следует заметить, что в 2005 году услугами компании «Онекс» («Старо-Мытищинская») пользуется большее число респондентов, чем в прошлом году.

Вопрос 7 Топ-15

%



База: все респонденты (516)

База: все респонденты (500)

• В Санкт-Петербурге респонденты также нередко путают **марку** воды и название компании, доставляющей воду.
 • Около 16% опрошенных затруднились ответить, как называется компания, доставляющая им воду в офис.
 • Лидером по доставке воды в офис в Петербурге, как и в 2004 году, является компания «Росинка-Полюстрово», услугами которой пользуются около четверти респондентов. При этом, в 2005 году, по сравнению с 2004 годом, услугами компании «Росинка-Полюстрово» пользуется меньшее число компаний.

*Больше всего неясностей возникает с «Серебряной водой». Компанию «Мир Напитков», поставляющую воду «Даймонд-Серебряная вода», назвали около 1% респондентов, компанию «Даймонд-СПб» (марка воды «Аква-Нова», которая также позиционируется как серебряная вода) – также около 1% опрошенных. И еще 2% респондентов в качестве компании, доставляющей воду назвали просто «Даймонд» – на самом деле этим компаниям воду может доставлять как «Мир Напитков», так и «Даймонд-СПб».

%

2005 год

В15. Все время пользовались услугами одной компании или разных



База: все респонденты (999)

2004 год 2005 год

В16. Причины отказа от услуг предыдущего поставщика



База: компании, сменившие поставщика (185/178)

- Чуть менее 20% компаний имели опыт общения с несколькими поставщиками воды.
- В качестве причин смены поставщика чаще всего назывались *неудовлетворительное качество/вкус воды и слишком высокая стоимость услуги*.
- По сравнению с 2004 годом, в 2005 году снизился процент отказа от услуг предыдущего поставщика по причине *плохого качества сервиса* и из-за того, что *компания-поставщик «пропала» с рынка*.

% В17. Степень удовлетворенности

2005 год

Полностью удовлетворены	81,9
Скорее удовлетворены	15,9
Ни то, ни другое	1,4
Скорее не удовлетворены	0,6
Совершенно не удовлетворены	0,2
СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ (по 5-ти балльной шкале)	4,79

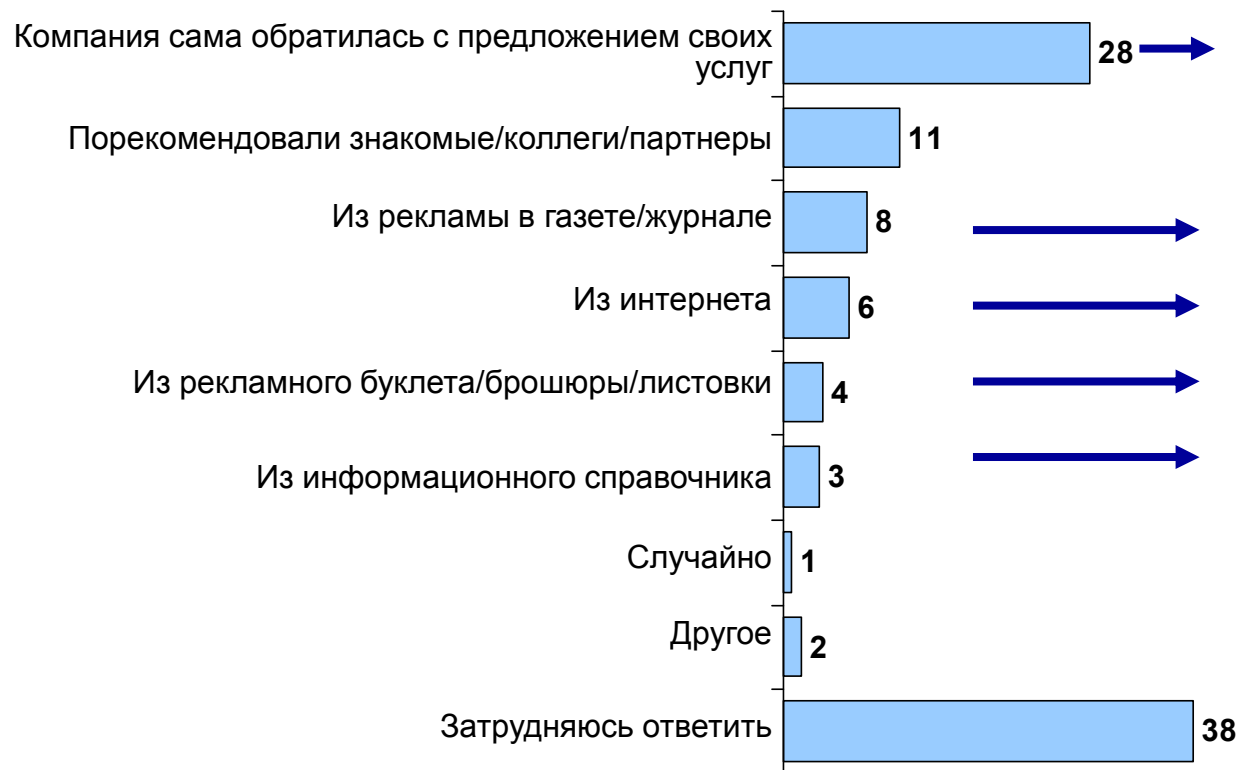
База: все респонденты (999)

• Подавляющее большинство опрошенных удовлетворены своим нынешним поставщиком воды.

%

Вопрос 18

2005 год



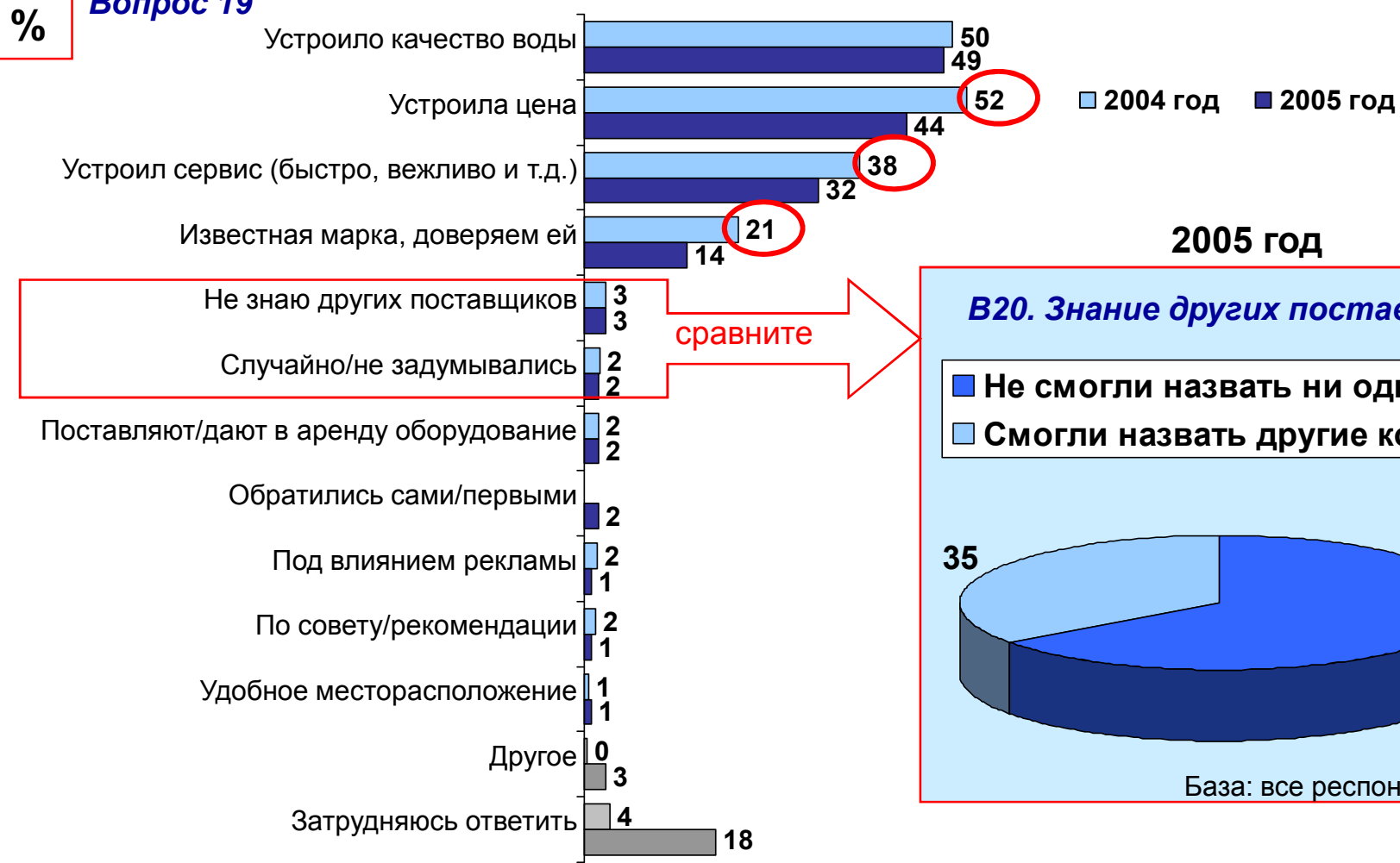
Москва	Санкт-Петербург
39	18

4	11
9	3
1	6
1	6

База: все респонденты (999/499/500)

• Наибольшее количество пользователей услуг по доставке воды в офис узнали о своем нынешнем поставщике воды от самой компании-поставщика, причем московские поставщики воды более активно занимаются личными продажами, чем петербургские.

% **Вопрос 19**



База: все респонденты (1014/999)

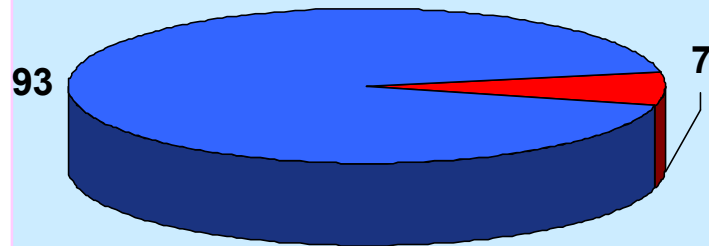
• В качестве факторов выбора конкретного поставщика чаще всего назывались *хорошее качество воды, приемлемая цена и хороший сервис*. По сравнению с 2004 годом, в 2005 году несколько снизился процент назвавших в качестве причины выбора поставщика такие факторы, как *приемлемая цена, хороший сервис* и *известность марки*, при этом лидирующим фактором остается *хорошее качество воды*. Однако, анализируя ответы респондентов на вопрос **«Какие другие компании, оказывающие услуги по доставке воды, Вы знаете?»** можно сделать вывод, что, как и в 2004 году, в 2005 году большинство компаний воспользовались услугами первой попавшейся фирмы (65% не смогли вспомнить даже названия каких-либо других поставщиков, а в Санкт-Петербурге это число достигло 74%).

%

2005 год

В24. ИНТЕРЕСУЮТСЯ ЛИ ДРУГИМИ ПОСТАВЩИКАМИ

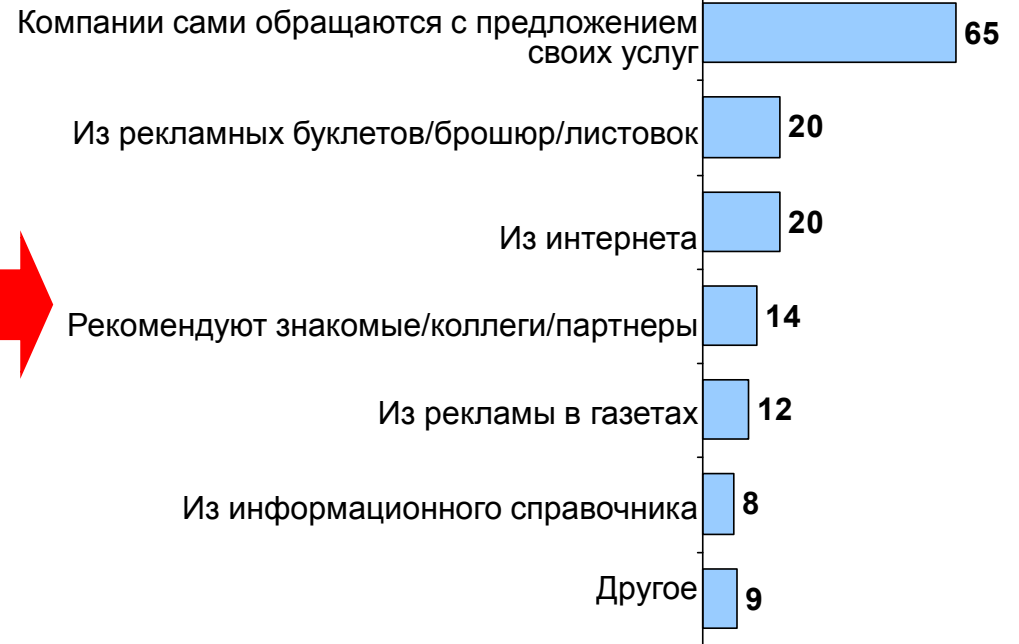
■ Да ■ Нет



База: все респонденты (999)



В25. ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ О ПОСТАВЩИКАХ ВОДЫ



База: те, кто отслеживает информацию о доставке воды (66)

- Однажды выбрав поставщика услуг по доставке воды в офис, лишь 7% компаний продолжают интересоваться существующими на текущий момент на рынке предложениями.
- Основными источником информации о предоставляемых услугах по доставке воды для большинства компаний являются сами поставщики этих услуг.

РЕЗУЛЬТАТЫ СКРЫТОГО ОПРОСА КОМПАНИЙ – ПОСТАВЩИКОВ УСЛУГИ ПО ДОСТАВКЕ ВОДЫ В ОФИС.

- В рамках скрытого опроса были исследованы все компании Москвы и Санкт-Петербурга, занимающиеся доставкой воды в офис, информация о которых была найдена в справочниках и через поисковые системы сети Интернет.
- В 2005 году, по сравнению с 2004 годом, количество компаний, занимающихся доставкой воды в офис в Москве, несколько увеличилось, в Санкт-Петербурге практически не изменилось. Таким образом, в Москве в настоящее время действует более 60 компаний, в Санкт-Петербурге – около 30. Полный список опрошенных компаний см. в ПРИЛОЖЕНИИ № 2.
- Можно выделить два основных типа поставщиков воды в офис:
 1. Компании, самостоятельно разливающие воду. Как правило, такие компании работают с 1-2 собственными марками воды. Эти компании составляют большинство поставщиков воды.
 2. Компании, не разливающие воду самостоятельно. Здесь можно выделить две подгруппы: компании, работающие как эксклюзивные дилеры с одной маркой воды (например, Fountain Foods в Москве продает Королевскую воду), и компании, работающие с несколькими, как правило, хорошо известными марками воды. Если в 2004 году компании, самостоятельно не разливающие воду, отличались предоставлением дополнительных услуг (доставка других напитков, продуктов, питьевой минеральной воды в упаковке менее 5-литров, товаров для офиса и т.п.), то в 2005 году, эти услуги стали предоставлять и компании, самостоятельно разливающие воду.
- В 2005 году, и в Москве, и в Санкт-Петербурге большинство поставщиков преимущественно предлагают воду в бутылках объемом 19 литров (наряду с другими объемами).
- Условия сотрудничества практически одинаковые у всех поставщиков: заказать воду в офис можно просто позвонив по телефону поставщику (как первый раз, так и последующие заказы). Возможна работа как по договору, так и без его оформления, форму оплаты (наличный либо безналичный расчет) выбирает клиент.
- Обязательным условием поставок воды у многих поставщиков является внесение залога за 19 литровую тару. Размер залога может быть в пределах от 150 до 300 рублей за 1 бутылку в Москве, от 150 до 200 рублей – в Санкт-Петербурге. В Москве залог за тару берут примерно две трети поставщиков, в Санкт-Петербурге – одна треть.
- Практически все компании Москвы и Санкт-Петербурга осуществляют доставку воды на следующий день после заказа. Во всех случаях доставка входит в стоимость воды.

ТИП ВОДЫ: Большинство предлагаемых на рынке марок воды – это столовая маломинерализованная вода. Некоторые компании также предлагают воду, обогащенную йодом («Архыз», «Ваше здоровье», «Оазис йодированная», «Боярская с йодом», «Аква-Люкс йодированная», «Вохна»), фтором («Королевская вода фторированная», «Боярская с фтором», «Оазис фторированная»), ионами серебра («Аква-Люкс обогащенная серебром», «Серебряный родничок», «Красный ключ», «Аква-Нова», «Серебряная вода Даймонд», «Горный Хрусталь», «Норма», «Нордаква», «Вкус чистоты»; по данным 2004 года также – «Дивеевский источник», «Шишкин Лес», «Оазис», «Лазурная Премиум»). Нужно отметить, что не все продавцы как в Москве, так и Санкт-Петербурге способны ответить на вопрос о составе поставляемой воды.

ИСТОЧНИК ВОДЫ: можно выделить два основных типа воды в зависимости от источника:

1. Природная (родниковая и артезианская). Отделить родниковую воду от артезианской сложно, так как та вода, которая называется производителем родниковой (например, Росинка-2) также, как и артезианская, добывается из подземных скважин. Природная вода не подвергается химической очистке, проходит только механическую очистку.
2. Очищенная (водопроводная или из реки). Такая вода сначала подвергается химической очистке (по технологии обратного осмоса), а затем обогащается необходимыми элементами. Некоторые производители указывают что вода артезианская, но при этом глубокой очистки. В таком случае относим воду к очищенной, а не к природной.

В ходе скрытого опроса некоторые продавцы не смогли ответить на вопрос об источнике продаваемой ими воды. Информация, полученная от продавцов, уточнялась с помощью ресурсов компаний в сети Интернет, и не всегда данные совпадали. Достоверных данных о некоторых марках получить так и не удалось.

Природная вода представлена такими марками, как «Айсберг», «АкваИдеал», «Аквалайн», «Аква-Люкс», «Акванорд», «Александров Ключ», «Архыз», «Берегиня», «Богородская», «Ваше здоровье», «Вознесенская», «Госпожа природа», «Гучковская», «Девон», «Дивеевский источник», «Дипломат», «Живая вода», «Живой родник»,

«Источник Старо-Мытищинский» («Старо-Мытищинская»), «Ключевая», «Ксенинская», «Лазурная», «Мир Воды», «Московия», «Новоиерусалимская», «Нордаква», «Премиум класс», «Прима-аква», «Природная», «Росинка-2», «Радищевская», «Росиянка», «Святой источник», «Селивановская», «Серебряный родничок», «Судогодская», «Увинская жемчужина», «Угличская», «Хваловская Премиум», «Цветной колодец», «Шишкин лес», «Энея», «H2O питьевая».

Очищенная вода: «Аква-Нова», «Аква-Про», «Горный хрусталь», «Кристальный источник», «Серебряная вода Даймонд», «Елизавета», «Колодезная», «Оазис», «Росинка питьевая», «Норма», «Королевская вода» (KingWater), «Нестле Пьюр Лайф», «Божья роса», «Голубая вода».

Марки, которые появились в 2005 году:

Природная вода: «Alpina Springs», «Алексинская родниковая», «Ватерлиния», «Вителия», «Вкус чистоты», «Вохна», «Вэлвотер», «Здоровая вода» (бывшая «Родниковая вода»), «Андреевская вода», «Подмосковная», «Буржуа», «Красный ключ», «Кристаллин питьевая», «Малышка», «Меркурий питьевая», «Родная», «Родниковая», «Роса Суперчистая», «Сарова», «Северная чистая вода», «Семь ручьев», «Симерик», «Супер Александр», «Софрино питьевая», «Суздальская», «Снежная».

Очищенная вода: «Ватерхолл», «Серебряная вода ТСВ», «Настоящая вода», «Славянская».

Ниже анализируется базовая цена за 1 бутыль определенного объема, без учета возможных скидок. Все представленные цены включают в себя НДС. Более подробно о ценах на различные марки воды см. в Приложении 3. Цены действительны на август - сентябрь 2005 года.

- **22,5 литров:** Воду в бутылках данного объема продает только компания «Шишкин Лес» по цене 300 рублей за бутылку (245 рублей – в 2004 году).
- **18,9/19/19,2 литров:** В Москве наблюдается довольно большой разброс цен на воду в бутылках данного объема: от 100 до 300 рублей. Средняя цена по рынку, по сравнению с прошлым годом, выросла на 5% и составила 184 рубля за 1 бутылку против 175 рублей в 2004 году. Вода, дополнительно обогащенная различными элементами (йодированная, фторированная, с ионами серебра) в среднем стоит несколько дороже, чем обычная столовая вода (193 рубля). Дороже всего продается самая популярная марка – «Нестле Пьюр Лайф», она стоит 280 рублей за бутылку у компании – производителя и вода «Супер Александр» от дистрибьютора – 300 рублей за 1 бутылку. Базовая цена на другие марки - лидеры также выше, чем средняя: «Королевская вода» – приблизительно 220 рублей (у производителя); «Архыз» – 230-240 рублей (в зависимости от поставщика). Из первой пятерки марок только вода «Источник Старо-Мытищинский» («Старо-мытищенская») стоит ниже среднего у производителя – 165 рублей (180 рублей у диллера).
- **5 литров:** Более 30 марок поставляется в пятилитровой таре. Разброс цен здесь достаточно большой: от 17 до 63 рублей, средняя цена – 30 рублей. В прошлом году средняя цена была 26 рублей, таким образом, среднерыночная цена на воду в бутылках объемом 5 литров выросла в 2005 году на 15%. Отдельно выделяется вода «Божья Роса» (ООО «Термо-Премьер») за 120 рублей.
- Другие объемы (6л, 8л, 10л, 12л, 13л) в Москве распространены значительно реже. Цены на воду в бутылках другого объема см. в Приложении 3.
- Минимальный объем заказа составляет 2-4 бутылки. При этом, у некоторых поставщиков (ООО «Макрогрупп», «Альянс Холдинг», «Акватэрра») размер минимального заказа определен в денежном эквиваленте, например, от 1000 рублей или от 4000 рублей. Скорее всего, эти фирмы являются оптовыми поставщиками, так как минимальной сумме заказа соответствует большое число бутылок.

- **Скидки:** Практически все поставщики предлагают гибкую систему скидок: скидки за объем покупок (начиная от 4-10 бутылей за одну покупку), скидки постоянным клиентам (в зависимости от срока сотрудничества). Для крупных компаний, закупающих воду с большой частотой и большими объемами, скидка на одну бутылку может достигать 30%. Также существуют скидки на приобретение воды при покупке оборудования для ее подачи и наоборот – скидки вплоть до 100% на приобретение или аренду оборудования при определенном объеме закупок воды. Некоторые компании скидки оговаривают с каждым клиентом индивидуально.

- **18,9/19/19,2 литров:** В Санкт-Петербурге также наблюдается довольно большой разброс цен на воду в бутылках данного объема: от 90 до 190 рублей, средняя цена, по сравнению с 2004 годом, выросла на 10% и составляет 116 рублей (106 рублей в 2004 году). В Санкт-Петербурге лидер продаж – вода «Росинка-2» (компания «Росинка-Полюстрово») в 2005 году продается по цене, превышающей среднюю по рынку – 130 рублей (в 2004 году, «Росинка-2» стоила 105 рублей, что соответствовало средней цене по рынку). Цена на марки воды «Аквалайн Природная» и «Аквалайн Природная Премиум» также выше средней по рынку (120 и 140 рублей соответственно). Марки первой пятерки, которые дороже лидера продаж, это: «Нестле Пьюр Лайф» – 160 рублей и «Госпожа Природа» – 140 рублей.
- **5 литров:** В Санкт-Петербурге не так много компаний, предлагающих доставку в офис воды в бутылках этого объема. Цены колеблются от 25 до 40 рублей (верхняя граница в прошлом году – 30 рублей).
- **6 литров:** Как и в 2004 году, в Санкт-Петербурге вода в бутылках объемом 6 литров предлагается несколько чаще, чем в Москве, хотя, число компаний, предлагающих воду в бутылках с таким объемом в 2005 году в Санкт-Петербурге сократилось. Если в прошлом году таких компаний было 9, то в 2005 году – 6. Цена 6 литровых бутылей колеблется от 31 до 43 рублей (в прошлом году – от 28 до 36 рублей).
- **Скидки:** При минимальном объеме заказа 2-3 бутылки, практически все поставщики предлагают гибкую систему скидок (начиная в среднем от 5 бутылей за одну покупку). Крупные компании, закупающие воду с большой частотой и большими объемами, могут получать скидку за одну бутылку до 40% от ее цены при минимальном заказе. Компания «Жемчужина» при постоянном заказе от 20 бутылей объемом 18,9/19 литров, бесплатно устанавливает кулер.

- Практически все поставщики питьевой воды в 19 литровых бутылках предоставляют клиентам возможность приобрести оборудование для подачи воды - кулеры и помпы. Также почти у всех поставщиков можно взять кулер в аренду. В Москве помпы предоставляются в аренду очень редко, а в Санкт-Петербурге такую услугу предоставляет примерно треть опрошенных поставщиков.
- Диспенсеры в продаже имеются примерно у трети опрошенных поставщиков Москвы, при этом, в аренду их практически никто не сдает. В Санкт-Петербурге в продажу диспенсеры предлагают лишь несколько компаний и почти все они сдают их в аренду.
- Почти все поставщики воды Санкт-Петербурга и две трети поставщиков в Москве предлагают своим клиентам доставку в офис других товаров: чаще всего это чай, кофе, сахар, сливки и одноразовая посуда. Компании, работающие с большим количеством марок воды как правило предлагают также доставку других напитков и продуктов: минеральной воды (в бутылках менее 5 литров), соков, газированных и алкогольных напитков, кондитерских изделий и т.д.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Таблица 1. Знание марок.

	2005 год				2004 год			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой
Alpina Springs	1	1	0	0	0	0	0	0
TSV	0	0	0	2	0	0	0	0
Айсберг	3	27	0	0	1	1	0	0
Аква	0	0	1	1	0	0	0	0
Аква Идеал	2	21	0	0	2	9	0	10
Аква Люкс	0	0	1	1	1	5	0	10
Аква Минерале	1	1	3	3	21	87	18	86
Аква Натурале	0	0	0	0	1	12	1	14
Аква Про	0	0	1	1	0	2	1	4
Аквалайн	0	0	13	45	0	11	7	35
Аква-Нова	0	0	5	19	0	4	2	16
Акванорд	0	0	3	9	0	0	0	0
Аквастар	0	0	1	1	0	0	1	1
Аквафор	0	0	0	0	0	0	0	0
Александров Ключ	0	0	0	0	1	8	1	11
Алексинская	0	0	0	0	0	0	0	0
Андреевская	1	1	0	0	0	0	0	0
Артезианская	0	0	0	0	0	0	0	0
Архыз	14	58	2	31	10	55	0	39
Берегиня	4	24	0	0	7	26	0	5

Таблица 1. Знание марок (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

	2005 год				2004 год			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой
Богородская	1	1	0	0	1	1	0	0
Бон Аква	0	0	1	1	3	3	2	2
Буржуа	1	8	0	0	0	0	0	0
Ватерлиния	0	0	0	0	0	0	0	0
Висма Люкс ООО	0	0	0	0	0	0	0	0
Вителия	0	0	0	0	0	0	0	0
Вода в удовольствие	0	0	0	0	0	0	0	0
Водный дом	0	0	0	0	0	0	0	0
Водный мир	0	0	1	1	0	0	0	0
Вознесенская	0	0	0	0	0	0	0	0
Горный хрусталь	0	0	0	0	0	8	1	15
Госпожа природа	0	0	6	15	0	0	8	8
Гучковская	2	10	0	0	2	6	0	4
Даймонд	0	0	8	34	0	0	1	0
Девон	0	0	1	3	0	0	0	0
Дивеевский источник	0	8	0	0	1	5	0	3
Дипломат Премиум	0	0	2	2	1	5	1	10
Дом Воды 2000 ТК	0	0	0	0	0	1	0	0
Елизавета	0	0	3	32	1	4	4	40

Таблица 1. Знание марок (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

	2005 год				2004 год			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой
Эссентуки	0	0	0	0	1	1	0	0
Жемчужина	0	0	0	0	0	5	1	17
Живая вода	3	39	0	0	5	33	2	36
Живой родник	0	0	6	37	0	0	1	1
Ключевая	3	25	4	24	2	13	4	27
Колодезная	0	0	0	0	0	3	1	6
Королевская вода	27	50	0	0	23	43	0	3
Кристалльный источник	0	0	4	20	0	0	2	2
Ксенинская	0	0	1	1	0	0	0	0
Лазурная	0	0	2	14	1	4	2	12
Лесной источник	0	0	0	0	0	0	0	0
Мир Воды	0	0	0	0	0	3	1	5
Московия	0	0	0	0	1	8	0	3
Мытищинская	0	0	0	0	1	1	0	0
H2O питьевая	3	9	0	0	6	13	3	10
Настоящая вода	1	1	0	0	0	0	0	0
Наталия	0	0	1	1	0	0	1	1
Нестле Пьюр Лайф	45	67	21	34	50	66	15	21
Новоиерусалимская	1	1	0	0	0	0	0	0

Таблица 1. Знание марок (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

	2005 год				2004 год			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой
Норд-аква	0	0	4	12	0	0	2	2
Норма	0	0	1	3	0	1	2	5
Оазис	0	0	3	9	0	3	4	17
Окуловская	1	5	0	0	0	0	0	0
Петроспирт	0	0	0	0	0	0	0	0
Полюстрово	0	0	4	4	0	0	6	6
Посейдон	0	0	0	0	0	0	0	0
Премиум класс Элитная	0	0	0	1	0	0	0	0
Премьер	0	0	0	0	0	0	0	0
Прима -Аква	0	0	2	2	0	0	0	0
Природная вода	0	0	4	18	1	11	4	21
Природная родниковая вода	0	0	0	0	0	0	0	0
ПРОСТО Серебряная вода	0	0	4	4	0	0	0	0
Пятизвездная	0	0	0	0	0	2	2	6
Родниковая	0	0	9	29	0	0	2	2
Родниковый край	2	8	4	0	2	2	3	0
Родничок	0	0	0	0	0	0	0	0

Таблица 1. Знание марок (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

	2005 год				2004 год			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой
Роса	0	0	0	0	0	0	0	0
Росинка/Росинка-2	7	24	49	90	3	19	53	95
Росинка-Полюстрово	0	0	1	1	0	0	0	0
Святой Источник	7	7	2	2	36	83	11	74
Селивановская	3	19	0	0	4	21	0	10
Семиручье ТД	0	0	0	0	0	0	0	0
Семь ручьев	0	0	0	0	0	0	0	0
Сенежская питьевая	1	1	0	0	0	0	0	0
Серебряная вода	0	0	4	0	1	0	10	0
Серебряный источник	0	0	0	0	0	0	0	0
Серебряный родничок	0	0	0	0	0	0	0	0
Славянская	0	0	0	0	0	0	0	0
Софрино	0	0	0	0	0	0	0	0
Старо-Мытищинская	29	61	0	0	11	11	0	0
Судогодская	1	6	0	0	1	5	0	2
Увинская жемчужина	6	17	0	0	1	6	0	1
Хваловская премиум	0	0	4	7	0	1	3	6

Таблица 1. Знание марок (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

	2005 год				2004 год			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой	Спонтанное знание	Знание с подсказкой
Хваловские воды	0	0	1	1	0	0	0	0
Хрустальный источник	0	0	0	0	0	0	0	0
Царскосельская	0	0	0	0	0	0	0	0
Черноголовка питьевая	1	1	0	0	2	45	0	22
Чистая вода	2	2	0	0	16	43	1	16
Чистый город	0	0	0	0	0	0	0	0
Чистый источник	0	0	0	0	0	0	0	0
Шишкин лес	7	54	0	0	20	69	0	10
Энея	0	0	0	0	0	2	0	2
Другая	4	4	6	5	10	0	10	0
Ни одной	1	0	1	0	0	0	0	0
БАЗА	499	499	500	500	516	516	498	498

Таблица 2. Доли рынка марок воды в бутылках 5 литров и более.

	2005				2004			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	С учетом объемов	Без объемов	С учетом объемов	Без объемов	С учетом объемов	Без объемов	С учетом объемов	Без объемов
Alpina Springs	0	1	0	0	0	0	0	0
TSV	0	0	1	0	0	0	0	0
Айсберг	1	1	0	0	4	1	0	0
Аква Натурале	0	0	0	0	1	0	0	0
Аква про	0	0	1	1	0	0	0	0
АкваИдеал	2	2	0	0	1	2	0	0
Аквалайн	0	0	5	6	0	0	3	4
Аква-Нова	0	0	2	2	0	0	3	2
Акванорд	0	0	1	1	0	0	0	0
Аква-Про (Аqua-PRO)	0	0	0	0	0	0	1	0
Андреевская	0	1	0	0	0	0	0	0
Архыз	10	7	0	0	3	3	0	0
Берегиня/Берегинюшка	2	2	0	0	2	2	1	0
Богородская	3	1	0	0	1	0	0	0
Водный дом	0	0	1	1	0	0	0	0
Госпожа природа	0	0	6	5	0	0	10	7
Гучковская	1	1	0	0	1	1	0	0
Даймонд	0	0	2	1	0	0	0	1
Дивеевский источник	0	0	0	0	0	1	0	0



Таблица 2. Доли рынка марок воды в бутылках 5 литров и более (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

	2005				2004			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	С учетом объемов	Без объемов	С учетом объемов	Без объемов	С учетом объемов	Без объемов	С учетом объемов	Без объемов
Дипломат Премиум	0	0	1	2	0	0	0	0
Елизавета	0	0	1	1	0	0	1	1
Живая вода	1	1	0	0	2	1	0	0
Живой родник	0	0	5	2	0	0	1	1
Ключевая	0	1	1	2	1	1	1	2
Королевская вода	18	16	0	0	18	14	0	0
Кристальный источник	0	0	4	2	0	0	5	2
Ксенинская	0	0	0	1	0	0	0	0
H2O питьевая	3	2	0	0	5	3	0	0
Настоящая вода	1	1	0	0	0	0	0	0
Нестле Пьюр Лайф	26	33	19	17	35	50	13	14
Новоиерусалимская	0	1	0	0	0	0	0	0
Норд-аква	0	0	3	3	0	0	2	2
Норма	0	0	0	1	0	0	1	1
Оазис	0	0	3	3	0	0	6	4
Полюстрово	0	0	1	1	0	0	0	0
Премьер	0	0	0	0	0	0	1	0
Прима Аква	0	0	2	2	0	0	0	0
Природная вода	0	0	5	5	2	1	5	4
ПРОСТО Аква	0	0	0	1	0	0	0	0



Таблица 2. Доли рынка марок воды в бутылках 5 литров и более (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

	2005				2004			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	С учетом объемов	Без объемов	С учетом объемов	Без объемов	С учетом объемов	Без объемов	С учетом объемов	Без объемов
Пятизвездная	0	0	0	0	0	0	7	1
Родниковая	0	0	2	3	0	0	2	2
Родниковый край	1	1	0	0	1	1	0	0
Росинка/Росинка-2	0	0	18	24	1	1	26	31
Росинка-Полюстрово	0	0	0	1	0	0	0	0
Селивановская	3	3	0	0	7	2	0	0
Семиручье ТД	0	0	0	0	0	0	0	0
Сенежская питьевая	2	1	0	0	0	0	0	0
Серебряная вода	0	0	3	4	0	0	5	6
Старо-Мытищинская	9	15	0	0	5	5	0	0
Судогодская	1	1	0	0	1	0	0	0
Увинская жемчужина	7	2	0	0	0	1	0	0
Хваловская премиум	0	0	6	3	0	0	3	3
Хваловские воды	0	0	1	1	0	0	0	0
Хрустальный источник	0	0	0	0	0	0	1	0
Шишкин лес	1	1	0	0	2	2	0	0
Другое	2	1	2	2	7	5	4	5
Затрудняюсь ответить	4	2	2	2	1	1	1	1
Всего	100	100	100	100	100	100	100	100



Таблица 3. Компании, доставляющие воду.

	2005				2004			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	По ответам	По марке	По ответам	По марке	По ответам	По марке	По ответам	По марке
Alpina Springs	1	1	0	0	0	1	0	0
Fountain Foods	0	0	0	0	0	0	0	0
Gardi	0	0	0	0	0	0	0	0
TSV	0	0	0	0	0	0	0	0
Айсберг	1	1	0	0	1	4	0	0
Аква	0	0	0	0	0	0	1	0
АкваИдеал	2	2	0	0	2	2	0	0
Аквалайн	0	0	5	6	0	0	4	5
Аква-люкс	0	0	0	0	0	0	0	0
Аква-Мир (Фортуна)	0	0	0	2	0	0	0	0
Аква-Нова	0	0	1	0	0	0	0	0
Акванорд	0	0	1	0	0	0	0	0
Аквастар (Госпожа природа)	0	0	3	6	0	0	5	7
Акватрейд ТД	0	0	0	1	0	0	0	0
Аквафор	0	0	0	0	0	0	0	0
Алексинская	0	0	0	0	0	0	0	0
Андреевская	1	1	0	0	0	0	0	0
Артезия	0	0	1	0	0	0	1	0
Архыз	4	0	0	0	1	0	0	0
Берегиня	2	2	0	0	1	3	0	0



Таблица 3. Компании, доставляющие воду (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

	2005				2004			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	По ответам	По марке	По ответам	По марке	По ответам	По марке	По ответам	По марке
Богородская	1	1	0	0	0	0	0	0
Буржуа	0	0	0	0	0	0	0	0
Ватерлиния	0	0	0	0	0	0	0	0
Веста	0	0	0	0	0	0	0	0
Ветар	0	0	0	0	0	0	0	0
Висма Люкс ООО	1	1	0	0	0	0	0	0
Вителия	0	0	0	0	0	0	0	0
Вода в удовольствие	0	0	0	0	0	0	0	0
Вода Он Лайн	1	1	0	0	0	0	0	0
Водный дом	1	0	0	0	0	0	0	0
Водный мир	0	0	2	2	0	0	3	3
Водовоз.RU	0	0	0	0	0	0	0	0
Гучковская	2	2	0	0	1	1	0	0
Даймонд	0	0	2	0	0	0	1	0
Даймонд-СПб	0	0	1	2	0	0	2	2
Дары Водолея	0	0	0	0	0	0	0	0
Девон	0	0	0	0	0	0	0	0
Дивеевский источник	0	0	0	0	0	1	0	0
Дипломат	0	0	0	0	0	0	0	0
Дом Воды 2000 ТК	0	2	0	0	2	4	0	0

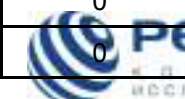


Таблица 3. Компании, доставляющие воду (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

	2005				2004			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	По ответам	По марке	По ответам	По марке	По ответам	По марке	По ответам	По марке
Европа	0	0	1	3	0	0	1	2
Жемчужина	0	0	0	0	0	0	1	1
Живая вода	1	1	0	0	1	1	0	0
Живой родник	0	0	2	5	0	0	2	3
Кит	0	0	0	1	0	0	0	0
Ключевая	0	0	0	0	0	0	0	0
Королевская вода	16	17	0	0	13	14	0	0
Кристальный источник	0	0	2	2	0	0	3	3
Лазурная	0	0	0	0	0	0	0	0
Лемболово	0	0	0	0	0	0	0	0
Ливиз	0	0	0	0	0	0	0	0
Лидер	0	0	0	0	0	0	1	1
Люкс - Плюс	0	0	0	1	0	0	0	0
Мирамакс	0	0	0	0	0	0	0	0
Мир воды (Лидер)	0	0	2	2	0	0	1	1
Мир напитков	0	0	1	0	0	0	1	1
Московия	0	0	0	0	0	0	0	0
H2O питьевая	0	0	0	0	0	0	0	0
Настоящая вода	0	1	0	0	0	0	0	0
Нестле Пьюр Лайф	33	34	14	17	38	51	11	15
Николин Посад (Александров Ключ)	0	0	0	0	0	0	0	0

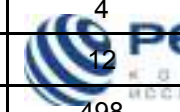


Таблица 3. Компании, доставляющие воду (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

	2005				2004			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	По ответам	По марке	По ответам	По марке	По ответам	По марке	По ответам	По марке
Норд-аква	0	0	1	0	0	0	1	0
Норма	0	0	0	0	0	0	0	0
Оазис (Гидротехнология)	0	0	2	3	0	0	3	4
Онекс (Старо-Мытищинская)	12	15	0	0	5	6	0	0
Петроспирт (Елизавета)	0	0	1	1	0	0	0	0
Росинка-Полюстрово	0	1	26	27	1	1	26	33
Природная вода	0	0	0	0	0	1	0	0
ПРОСТО Аква	0	0	1	0	0	0	0	0
Родниковая	0	0	0	0	0	0	0	0
Родниковый край	1	1	6	6	0	1	4	4
Росинка	0	0	2	0	0	0	5	0
Русская Пивоваренная компания (Серебряный родничок)	0	0	0	0	0	0	0	0
Самсон	0	0	0	1	0	0	0	0
Святой Источник	1	0	0	0	5	0	2	0
Северо-западный центр водных технологий (Горный хрусталь)	0	0	0	0	0	0	0	0
Селивановская	2	4	0	0	2	2	0	0

Таблица 3. Компании, доставляющие воду (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

	2005				2004			
	Москва		Санкт-Петербург		Москва		Санкт-Петербург	
	По ответам	По марке	По ответам	По марке	По ответам	По марке	По ответам	По марке
Семиручье ТД	0	0	0	0	0	0	0	0
Семь ручьев	0	0	0	0	0	0	0	0
Сенежская питьевая	0	0	0	0	0	0	0	0
Серебряная вода	0	0	0	0	0	0	1	0
Серебряный источник	0	0	0	0	0	0	0	0
Судогодская	1	0	0	0	0	0	0	0
Тауэрторг	0	0	0	0	0	0	0	0
Толгачев	0	0	0	0	0	0	0	0
Увинская жемчужина	2	2	0	0	1	1	0	0
Фарватер (Норма)	0	0	0	1	0	0	1	1
Хваловская премиум	0	0	1	0	0	0	1	0
Хваловские воды	0	0	1	0	0	0	0	0
Хрустальный источник	0	0	0	0	0	0	0	0
Черноголовка питьевая	0	0	0	0	0	0	0	0
Чистая вода	0	0	1	0	6	0	0	0
Чистый город - Аква сервис	0	0	1	1	0	0	1	1
Чистый источник	0	0	0	0	0	0	0	1
Шишкин лес	1	1	0	0	2	2	0	0
Другое	2	3	4	3	8	4	4	3
Затрудняюсь ответить, зо	11	8	16	11	13	4	12	5
База	499	499	500	500	516	516	498	498



ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Таблица 4. Поставщики воды в офис.

№	Компании	Марки воды	Телефон	Сайт
1	Alpina Springs	Alpina Springs (Альпина Спрингс)	710-77-11/00	http://www.alpinasprings.com/
2	Fountain Foods	Королевская вода	101-30-19	www.fountainfoods.ru
3	Айсберг	Айсберг	231-363-37	www.icewater.ru
4	АкваИдеал	АкваИдеал	772-75-15	www.aquaideal.ru
5	Аква-Люкс	Аква-Люкс	723-75-75	www.aqua-lux.ru
6	Аквапласт	Вохна	104-11-59	http://www.vohna.ru
7	Аквасервис	АкваИдеал	740-21-88	www.waterdispenser.ru
8	Аква-трейд	Дивеевский источник, Судогодская	997-33-53, 997-32-76	http://aqua-trade.org/
9	Акватэрра	Святой источник, Шишкин лес, Аквалайн, Берегиня	741-7042	-
10	Аквахит	Ватерлиния	787-92-04	-
11	Андреевская вода	Андреевская вода	101-3517	-
12	Берегиня	Берегиня	730-65-78	-
13	Берегиня-М	Берегиня	995-01-95, 173-10-36	www.bereginya-m.ru
14	Богородская	Богородская премиум	968-65-23, 974-90-40	http://www.bogorodskaya.com/

Таблица 4. Поставщики воды в офис (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

№	Компании	Марки воды	Телефон	Сайт
15	Божественный источники Сарова	Сарова	995-80-58	www.voda-sarova.ru
16	Буржуа	Буржуа	981-07-07	http://www.burgua.ru/
17	Ватерлиния	Ватерлиния	926-95-35, 926-11-27, 723-36-45	www.water-line.ru
18	Ватерхолл (Waterhall)	Ватерхолл, Ватерхолл Селен	7417901	http://waterhall.ru/
19	Висма Люкс ООО	Архыз	545-58-58, 797-77-78	www.vismalux.ru
20	Вителия	Вителия (Vitelia)	797-88-34, 110-99-75	www.vitelia.ru
21	Вкус Чистоты	Вохна, Аквалайн Горная	544-84-93, 255-00-90	-
22	Вода в удовольствие	Новоиерусалимская	994-62-62 744-64-57	http://www.allovoda.ru/
23	Вода Гучковская	Гучковская	7784214, 574-05-59	www.guchkovskaya.ru
24	Вода Он Лайн	Аква-Люкс, Архыз, Он Лайн	783-82-81	www.vodaonline.ru
25	Водный Дом	H2o	4242002	http://dpwater.ru

Таблица 4. Поставщики воды в офис (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

№	Компании	Марки воды	Телефон	Сайт
26	ВОДОВОЗ.RU	Аквалайн, Архыз, Берегиня, Старо-Мытищинская, Сенежская, Супер Александр, Алексинская, Энея	101-34-27, 109-84-85	www.vodovoz.ru
27	Вознесенская	Вознесенская	165-01-09	www.voznesenskaya.ru
28	Дары Водолея ООО	Роса Суперчистая	789-67-46	-
29	ДВД Компания	Радищевская	240-13-05	-
30	Дивеевский источник	Дивеевский источник	7727662, 363-9040	-
31	Дом Воды 2000 ТК (Wasserhouse)	H2O питьевая	935-8177	www.h2o.ru
32	Живая вода	Живая вода	730-70-71, 730-70-72	www.givajavoda.com
33	Здоровая вода (Экологический центр)	Здоровая вода	22-33-432	www.Vodaplus.ru
34	Кольп-Сервис ООО	Вознесенская	1650109	-
35	Королевская вода	Королевская вода	937-50-15	www.kingwater.ru
36	Красный ключ	Красный ключ	961-28-33, 746-5994	www.redspring.ru

Таблица 4. Поставщики воды в офис (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

№	Компании	Марки воды	Телефон	Сайт
37	Лесной источник	Суздальская	974-23-67	www.woodspring.ru
38	ЛОКОС 1	Вохна, Вкус чистоты	255-00-90, 200-65-55	www.lokos1.ru
39	Мир Воды	Мир Воды	785-36-07	www.world-h2o.ru
40	Мирамакс	Алексинская	936-78-79, 505-31-33	www.miramax.trade.su
41	Настоящая вода	Настоящая вода	739-04-04	www.truewater.ru
42	Нестле Вотеркулерс СНГ	Нестле Пур Лайф (Nestle Pure Life)	234-32-32	http://www.nestle-purelife.ru/
43	Николин посад	Александров Ключ	953-91-50(60)	www.alexklu.ru
44	Онекс (Старо-Мытищинская)	Старо-Мытищинская	730-15-55, 730-73-01	www.oneks.ru
45	Природные источники	Архыз, Судогодская, Аквалайн, Увинская жемчужина	504-0888	www.prirodnie-istochniki.ru
46	Родная	Родная	171-16-30, 974-68-16	http://www.rodnaya.com
47	Родниковый край	Природная вода, Родниковый край	424-73-29	www.springland.ru

Таблица 4. Поставщики воды в офис (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

№	Компании	Марки воды	Телефон	Сайт
48	Росинка-Полюстрово (Москва)	Ключевая, Росинка-2, Росинка-3	540-92-86	-
49	Русская пивоваренная компания	Серебряный родничок	904-57-27, 109-67-01	www.voda-rodnichok.boom.ru
50	Северная Чистая Вода	Северная Чистая вода	101-36-01, 7404847	http://www.ncw.ru/
51	Селивановская	Селивановская	225-25-12	www.selivanovskaya.ru
52	Семиручье ТД	Семь ручьев	253-80-25	http://www.sevenstreams.nov.ru/
53	СтарТ-Плюс	Серебряная роса	948-01-30, 948-02-70	www.start-plus.ru
54	Судогодская (ООО "Лаза+")	Судогодская	101-44-38	www.sudogodskaya.ru
55	Тауэрторг	Софрино	7850909	-
56	Топ-кулер	Архыз	704-7987	http://topkuler.narod.ru/
57	Торн ООО	Московия	534-26-36, 536-29-11	www.moscovia.ru
58	Увинская жемчужина	Увинская жемчужина	737-61-06	www.uvinskaya.ru
59	Ф энд К Вотерхаус	Голубая вода	415-12-50, 415-52-00	http://www.info-waterhouse.narod.ru/

Таблица 4. Поставщики воды в офис (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

№	Компании	Марки воды	Телефон	Сайт
60	Цветной колодец	Цветной колодец	1247135, 334-99-17, 334-96-23	-
61	Шишкин лес	Шишкин лес	258-25-78	www.cone-forest.ru
62	Штиль ООО	Ваше Здоровье	996-10-42	www.vashe-zdorovye.narod.ru (не работает)
63	Альянс-Холдинг	Берегиня, Боржоми, Архыз, Черноголовка, Кристаллин, Меркурий, Селивановская, Семь ключей, Сенежская, Софрино, Троица, Вэлвотер, Шишкин лес	571-34-81, 571-80-28, 572-94-33	www.minvody.ru
64	Макрогруп ООО	Архыз, Меркурий, Голубая вода, Живая вода, Малышка, Симерик, Снежная, Шишкин лес	7379546	-
65	Термо-Премьер ООО	Божья роса	153-46-61	www.fedorovv.narod.ru
66	Угличский завод минеральной воды, (Москва)	Угличская	251-97-92	http://www.cnt.ru/users/uzmv/predstav.htm

Таблица 5. Поставщики воды в офис.

	Компания	Марки воды	Телефон	Web-сайт
1	Авторитет	Хваловская премиум	951-79-55	http://www.avtoritet-1.narod.ru/Html/voda.html
2	Аквалайн	Аквалайн Природная, Аквалайн Природная Премиум	371-65-01, 336-32-78, 348-17-40	www.aqualine.sp.ru
3	Аква-мир	Дипломат премиум	115-38-37	http://www.akva-mir.ru/
4	Аквастар	Госпожа природа, Артезия	449-18-88	www.gp-water.ru
5	Акватрейд ТД	Аква про, Колодезная	320-25-55	-
6	Водный мир	Прима Аква	327-22-99	www.waterworld.spb.ru
7	Гарди	Славянская, Боярская Йодированная, Боярская Фторированная, Кристал	926-05-26, 394-77-4, 394-95-10	http://www.water.gardi.ru
8	Гидротехнология	Оазис, Оазис (йодированный), Оазис (фторированный)	324-18-33	http://www.oasis-gidro.ru/
9	Даймонд СПб	Аква-Нова	324-75-76	www.aqua-nova.ru
10	Девон	Девон	380-25-84	-
11	Европа	Норд аква	596-35-93	-
12	Жемчужина	Хваловская Премиум	246-92-59	www.bestwater.spb.ru
13	Живой родник	Родниковая, Живой родник	973-15-05	rodnik.com.ru
14	Кит	Ксенинская	235-14-14	http://www.kseninskaya.ru

Таблица 5. Поставщики воды в офис (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

	Компания	Марки воды	Телефон	Web-сайт
15	Кристалльный источник	Кристалльный источник	320-78-35	-
16	Лазурная	Лазурная	331-19-91	www.lazurnaya.info
17	Люкс - Плюс	Аква-люкс, Аква-люкс с йодом, Аква-люкс с добавлением серебра, Архыз	327-32-53	http://www.portal.spb.ru/water-lp/
18	Мир воды (Лидер)	Прима аква	542-81-49, 321-63-30	-
19	Мир напитков	Даймонд- Серебряная вода	325-71-71	www.silverwater.ru
20	Нестле Вотеркулерс Сервис	Нестле Пур Лайф	332-03-55	-
21	Петроспирт	Елизавета	186-61-83	www.petrospirt.ru
22	Родниковый край	Природная, Премиум класс	320-18-18	www.springland.ru
23	Росвода	Росиянка	970-06-33	
24	Росинка-Полюстрово	Ключевая, Росинка питьевая, Росинка 2	320-20-40	www.polustrovo.ru/main.php?r=4&sr=6
25	Северо-западный центр водных технологий	Горный хрусталь	320-28-50	www.gornyhrustal.spb.ru

Таблица 5. Поставщики воды в офис (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

	Компания	Марки воды	Телефон	Web-сайт
26	Самсон (Акванорд)	Акванорд	320-40-40	-
27	ТСВ (Серебряная вода)	Серебряная вода ТСВ	327-77-01	www.tsv.ru
28	Фарватер	Норма	327-77-01	http://www.tsv.ru/
29	Хваловские воды	Хваловская премиум	325-10-25	-
30	Чистый город - Аква сервис	Пятизвездная, Дипломат О2	329-36-87	www.cleancity-aquaservice.best.ru
31	Ленмикс – элитные воды	Святой источник, Вэлвотер	265-14-96	-

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Таблица 5. Стоимость воды в бутылках объемом 19 /18,9/19,2 литров.

Марка воды	Компания	Цена
Alpina Springs	Альпина Спрингс (Alpina Springs)	170
Айсберг	Айсберг	150
АкваИдеал	АкваИдеал	220
Аква Люкс	Аква Люкс	180
АкваИдеал	АкваСервис	200
Аквалайн	Водовоз.RU	210
Аквалайн	Природные источники	190
Аква-Люкс	Вода Он Лайн	210
Александров Ключ	Николин посад	160
Алексинская	Мирамакс	150
Алексинская родниковая	Водовоз.RU	155
Архыз	Вода Он Лайн	240
Архыз	Водовоз.RU	230
Архыз	Природные источники	240
Архыз	Топ-Кулер	230
Архыз	Висма Люкс ООО	230
Берегиня	Водовоз.RU	160
Берегиня	Берегиня	140
Берегиня	Берегиня-М (Московское представительство Берегини)	140

Таблица 5. Стоимость воды в бутылках объемом 19 /18,9/19,2 литров (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

Марка воды	Компания	Цена
Богородская премиум	Богородская	210
Буржуа	Буржуа	170
Ватерлиния	Ватерлиния	192
Ватерлиния	Аквахит	200
Ватерхолл	Ватерхолл	160
Ватерхолл Селен	Ватерхолл	250
Ваше Здоровье	Штиль ООО	130
Вителія	Вителія	170
Вознесенская	Вознесенская	130
Вознесенская	Кольп-Сервис ООО	130
Вохна	Аквапласт	140
Вохна, Аквалайн Горная	Вкус Чистоты	140
Голубая вода	Ф энд К Вотерхаус	190
Гучковская	Вода Гучковская	150
Дивеевский источник	Дивеевский источник (Тушино-Пиво)	180
Дивеевский источник, Судогодская	Аква-трейд	150
Живая вода	Живая вода	165
Здоровая вода	Здоровая вода	195

Таблица 5. Стоимость воды в бутылках объемом 19 /18,9/19,2 литров (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

Марка воды	Компания	Цена
Источник Старо-Мытищинский	Онекс (Старо-Мытищинская)	165
Источник Старо-Мытищинский	Водовоз.RU	180
Ключевая	Росинка-Полюстрово (Москва)	260
Королевская вода	Fountain Foods	170
Королевская вода	Королевская вода	219
Красный ключ	Красный ключ	155
Мир Воды	Мир Воды	190
Московия	Торн ООО	210
H2O	Водный дом	150
H2O	Дом Воды 2000 ТК (Wasserhouse)	210
Настоящая вода	Настоящая вода	170
Нестле Пур Лайф (Nestle Pure Life)	Нестле Вотеркулерс СНГ	280
Новоиерусалимская	Подмосковные источники ЗАО	160
Подмосковная	Вода Он Лайн	180
Природная вода	Родниковый край	150
Радищевская	ДВД Компания	163
Родная (Родная Планета)	Родная	200
Родниковый край	Родниковый край	190
Роса Суперчистая	Дары Водолея	250

Таблица 5. Стоимость воды в бутылках объемом 19 /18,9/19,2 литров (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

Марка воды	Компания	Цена
Росинка-2	Росинка-полюстрово (Москва)	200
Росинка-3	Росинка-полюстрово (Москва)	150
Сарова	Божественный источники	180
Северная чистая вода	Северная Чистая Вода	250
Селивановская вода	Селивановская	236
Семь ручьев	Семиручье ТД	160
Серебряная Роса	Старт-Плюс	200
Серебряный родничок	Русская Пивоваренная компания	198
Софрино	Тауэрторг	140
Судогодская	Природные источники	160
Судогодская	Лаза+ ООО	180
Суздальская	Лесной источник	236
Супер Александр	Водовоз.RU	300
Увинская жемчужина	Природные источники	170
Увинская жемчужина	Увинская жемчужина	195
Цветной колодец	Цветной колодец	130
Энея	Водовоз.RU	150

Таблица 6. Стоимость воды в бутылках объемом 5 литров.

Марка воды	Компания	Цена
Аквалайн	Природные источники	40
Александров Ключ	Николин посад	25
Алексинская	Мирамакс	29
Архыз	Вода Он Лайн	45
Архыз	Природные источники	42
Архыз	Висма Люкс ООО	40
Архыз	Макрогруп ООО	31,45
Архыз	Альянс-Холдинг	27,8
Берегиня газ	Альянс-Холдинг	18,4
Божья роса	Термо-Премьер	120
Вохна	Аквапласт	22
Голубая вода	Ф энд К Вотерхаус	24,75
Голубая вода	Макрогруп ООО	31,45
Гучковская	Вода Гучковская	35
Дивеевский источник	Дивеевский источник (Тушино-Пиво)	20,7
Живая вода	Макрогруп ООО	31,45
Красный ключ	Красный ключ	более 20 руб
Кристаллин питьевая	Альянс-Холдинг	21,8
Увинская жемчужина	Природные источники	38

Таблица 6. Стоимость воды в бутылках объемом 5 литров (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

Марка воды	Компания	Цена
Малышка	Макрогрупп ООО	31,45
Меркурий	Макрогрупп ООО	31,45
Меркурий питьевая	Альянс-Холдинг	26,3
Новоиерусалимская	Подмосковные источники ЗАО	25
Северная чистая вода	Северная Чистая Вода	63
Селивановская	Альянс-Холдинг	29,7
Семь ключей	Альянс-Холдинг	17,3
Сенежская питьевая	Альянс-Холдинг	25,1
Сенежская чайная	Водовоз.RU	32,5
Серебряная Роса	Старт-Плюс	29
Симерик	Макрогрупп ООО	31,45
Снежная	Макрогрупп ООО	31,45
Софрино питьевая	Альянс-Холдинг	21,2
Судогодская	Природные источники	36
Судогодская	Лаза+ ООО	32,5
Троица	Альянс-Холдинг	18,3

Таблица 6. Стоимость воды в бутылках объемом 5 литров (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

Марка воды	Компания	Цена
Увинская жемчужина	Увинская жемчужина	31
Угличская	Угличский завод минеральной воды, представительство в Москве	20,5
Вэлвотер питьевая	Альянс-Холдинг	24,7
Черноголовка питьевая	Альянс-Холдинг	23,5
Шишкин лес	Шишкин лес	перестали возить новым клиентам
Шишкин лес	Макрогрупп ООО	35
Шишкин лес	Альянс-Холдинг	27,5
Энея	Водовоз.RU	31,25

Компания «Росинка-Полюстрово» (Москва) также поставляет воду в 5 литровой таре, однако менеджер затруднился назвать марки и стоимости.

Таблица 7. Стоимость воды в бутылках другого объема.

Марка воды	Компания	Объем	Цена
Шишкин лес	Шишкин лес	22,5	300
Александров Ключ	Николин посад	13	110
Архыз	Висма Люкс ООО	13	165
Росинка-2	Росинка-Полюстрово (Москва)	13	140
Селивановская вода	Селивановская	12	140
Берегиня газ	Альянс-Холдинг	10	40,4
Гучковская	Вода Гучковская	10	70
Меркурий питьевая	Альянс-Холдинг	10	71,2
Селивановская	Альянс-Холдинг	10	66,4
Шишкин лес	Альянс-Холдинг	10	55,1
Аквалайн	Акватэрра	10	н/д
Берегиня	Акватэрра	10	н/д
Святой источник	Акватэрра	10	н/д
Шишкин лес	Акватэрра	10	н/д
Берегиня газ	Альянс-Холдинг	8	26,8
Гучковская	Вода Гучковская	8	56
Природная вода	Родниковый край	6	38
Родниковый край	Родниковый край	6	48
Святой Источник	Боржоми-МЛ ЗАО	6	н/д

Таблица 6. Стоимость воды в бутылках объемом 19/18,9 литров.

Марка воды	Компания	Цена
Аква про	Акватрейд ТД	95
Аквалайн Природная	Аквалайн	120
Аквалайн Природная Премиум	Аквалайн	140
Аква-люкс	Люкс – Плюс	120
Аква-люкс йодированная	Люкс – Плюс	125
Аква-люкс обогащенная серебром	Люкс – Плюс	125
Акванова	Даймонд СПб	115
Акванорд	Самсон	100
Архыз	Люкс - Плюс	190
Боярская с йодом	Гарди	125
Боярская с фтором	Гарди	125
Горный хрусталь	Северо-западный центр водных технологий	100
Госпожа природа	Аквастар (отдел доставки "Госпожа природа")	140
Девон	Девон	120
Дипломат O2	Чистый город - Аква сервис	160
Дипломат Премиум	Аква-Мир (Фортуна)	100
Елизавета	Петроспирт	110

Таблица 6. Стоимость воды в бутылках объемом 19/18,9 литров (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

Марка воды	Компания	Цена
Живой Родник (озонирована дополнительно)	Живой родник	100
Ключевая	Росинка-Полюстрово	140
Колодезная	Акватрейд ТД	105
Кристал	Гарди	110
Кристальный источник	Кристальный источник	104,5
Ксенинская	Кит	125
Лазурная	Лазурная	125
Нестле	Нестле Вотерс	160
Нордаква	Европа	95
Норма	Фарватер (Норма)	100
Оазис Питьевая	Гидротехнология	110
Оазис йодированная	Гидротехнология	110
Оазис фторированная	Гидротехнология	120
Премиум класс	Родниковый край	120
Прима Аква	Мир воды (Лидер)	95

Таблица 6. Стоимость воды в бутылках объемом 19/18,9 литров (ПРОДОЛЖЕНИЕ).

Марка воды	Компания	Цена
Природная	Родниковый край	95
Родниковая	Живой родник	90
Росинка питьевая	Росинка-Полюстрово	100
Росинка-2	Росинка-Полюстрово	130
Росиянка	Росвода	100
Серебряная вода Даймонд	Мир напитков	100
Серебряная вода TSV	ТСВ (Серебряная вода)	100
Славянская	Гарди	94
Хваловская премиум	Авторитет	100
Хваловская премиум	Водный мир	130
Хваловская премиум	Жемчужина	120
Хваловская премиум	Хваловские воды	110
Хваловская Премиум	Чистый город - Аква сервис	130

Таблица 7. Стоимость воды в бутылках другого объема.

Марка воды	Компания	Объем	Цена
Кристалльный источник	Кристалльный источник	10	55
Норма	Фарватер (Норма)	10	50
Росиянка	Росвода	10	45
Серебряная вода TSV	ТСВ (Серебряная вода)	10	50
Прима Аква	Мир воды (Лидер)	8	35
Акванорд	Самсон	6	35
Вэл Вотер	Люкс	6	31
Ключевая	Росинка-Полюстрово	6	43
Премиум класс	Родниковый край	6	35
Прима Аква	Мир воды (Лидер)	6	32
Природная	Родниковый край	6	32
Росинка питьевая	Росинка-Полюстрово	6	36
Росинка-2	Росинка-Полюстрово	6	40
Святой источник	Люкс	6	31
Хваловская премиум	Жемчужина	6	н/д
Артезия	Аквастар (отдел доставки "Госпожа природа")	6	16,7
Акванова	Даймонд СПб	5	35
Девон	Девон	5	30
Норма	Фарватер (Норма)	5	25
Росиянка	Росвода	5	34
Серебряная вода Даймонд	Мир напитков	5	30





РЕШЕНИЕ

К О Н С А Л Т И Н Г
И С С Л Е Д О В А Н И Я Р Ы Н К А

РЕШЕНИЕ

Контактная информация

Петербургский офис

Телефон/факс: (812) 331-2738, 331-2739, 380-15-72

Адрес: 199034, Россия, Санкт-Петербург, 14-я линия В.О., д.7, оф. 6.1.1 .

Решение: Москва

Телефон/факс: (495)743-9909.

Контактные лица:

Ирина Жукова — руководитель проектов.

Александр Батушанский – генеральный директор.

decision.ru