

## **Baltik ölkələrində alkoqolsuz içki bazarının tədqiqatı**

Şirələr, alkoqolsuz içki və mineral suların daxili bazarının həcmi 2009-cu ildən əhəmiyyətli dərəcədə dəyişməyib, lakin iki amil nəzərə alınmalıdır - istehlaka təsir edən əhəlinin alıcılıq qabiliyyəti və istehlakın mövsümlüyü. Beləliklə, 2010 və 2011-ci illərdə (böhrandan sonrakı illər) istehlak azalmışdır. Digər tərəfdən, 2018-ci ildə yay mövsümünün rekord həərət göstəricilərinə görə bazar həcmi artmışdır. 2014-ci ildə şirə və nektar bazarının tutumunun azalmasına baxmayaraq 2018-ci ildə 2 milyon avro artmışdır. Beləliklə, meyvə və tərəvəz şirələri bazarı tədricən artır, mineral sular və qazlı içkilərin bazarı isə bir qədər azalır. İstehlak meyilləri qiymətlərdən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. 2009-cu ildən şirələrin qiyməti 23%, alkoqolsuz içkilərin qiyməti isə 16% artıb. Mineral suların qiyməti isə əksinə 13% aşağı düşüb.

Alkoqolsuz içkilər bazarı oliqopoliya xüsusiyyətlərinə malikdir (oliqopoliya – bazarın elə bir növüdür ki, bu cür bazarlarda sadəcə bir neçə dominant şirkət fəaliyyət göstərir. Bu şirkətlərin hər biri bazarın əhəmiyyətli payını tutur və qiymətlərin yaranmasına təsir edə bilər).

Alkoqolsuz içkilər bazarı məhsul ilə tam təmin edilib, bazara çıxış ucuz "kütləvi" məhsullar və ya yüksək keyfiyyətli brendlər ilə mümkün ola bilər. Bu səbəbdən indiyə qədər istehlakçılara tanış olmayan məhsulun bazarda təqdimatı və satışın şəffaflığının artırılması üçün böyük investisiyalar tələb edir. Ümumiyyətlə, istehlakçılara məlumdurki, şirə və alkoqolsuz içkilər kateqoriyasında əksər "kütləvi" məhsullar Qərbi Avropada, əsasən Hollandiyada istehsal edilən konsentratdan hazırlandığından aşağı qiymət belə məhsullar üçün vacibdir. Keyfiyyət yalnız "bahalı" seqmentdə 100% təzə sıxılmış meyvə və tərəvəz şirələri üçün vacibdir.

İstifadə olunmuş informasiya mənbələri və məlumatlar:

- Rəsmi statistika;
- İstehsalçıların internet səhifələri;
- Müəssisələrin fəaliyyəti barədə illik hesabatları.