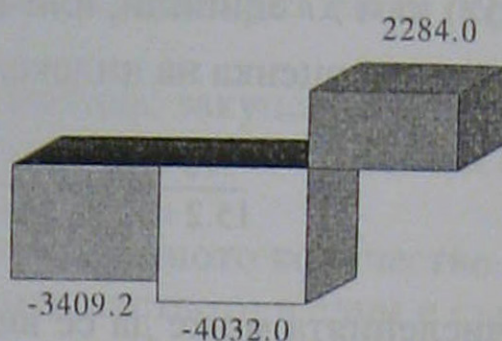


Минерална вода

	07-12/01	01-06/02	Баланс
Хиляди литри	48838.9	43681.7	-5157.2 хил. л
Пазарен дял	17.7%	19.5%	Повторно закупено количество: 15680.3 хил. л

- Намаление/Увеличение, породено от загубени/нови купувачи
- Намаление/Увеличение, породено от промяна в интензитета на покупка
- Печалби/Загуби към други групи



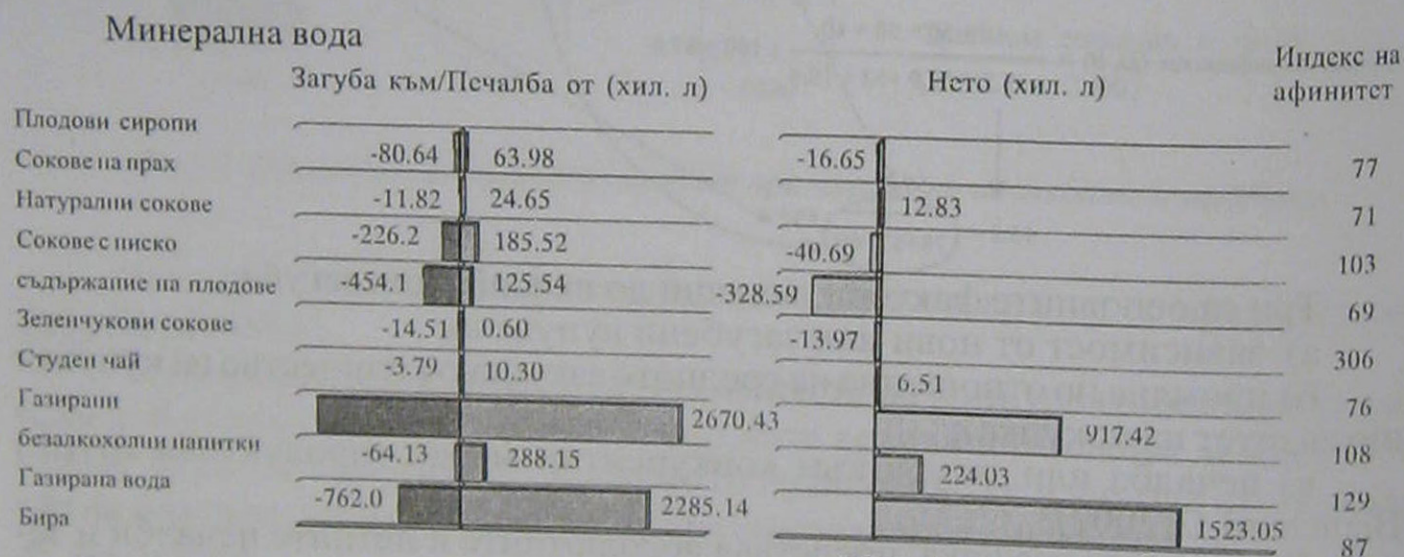
Загуба, породена от загубени купувачи и намаление в средното закупено количество на купувач

Фиг. 2. Студени напитки/Анализ на печалбите и загубите
(Периоди: 01-06/2002 към 07-12/2001)

Източник: GfK Bulgaria.

Минералната вода има основен дял в общото потребление на студени напитки (близо 20% за първата половина на 2002 г.). Въпреки че този дял расте спрямо предходния шестмесечен период, общото закупено количество минерална вода е по-малко.

Основните причини за това са по-ниските средни нива на потребление на купувачите и загубените за продуктовата група купувачи. Спрямо другите конкурентни групи обаче има печалба. Тя се разпределя по следния начин:



Обща Печалба/Загуба: 2284.0 хил. л

Фиг. 3. Студени напитки/Анализ на печалбите и загубите
(Периоди: 01-06/2002 към 07-12/2001)

Източник: GfK Bulgaria.