

# THE COCA-COLA COMPANY



Выполнили студенты 3 курса,  
группы М1307  
Буданцев Дмитрий  
Кондратьев Дмитрий

The Coca-Cola Company — американская пищевая компания, крупнейший мировой производитель и поставщик концентратов, сиропов и безалкогольных напитков. Наиболее известным продуктом компании является напиток Coca-Cola. Входит в список Fortune 1000 по итогам 2007 года (83-е место).



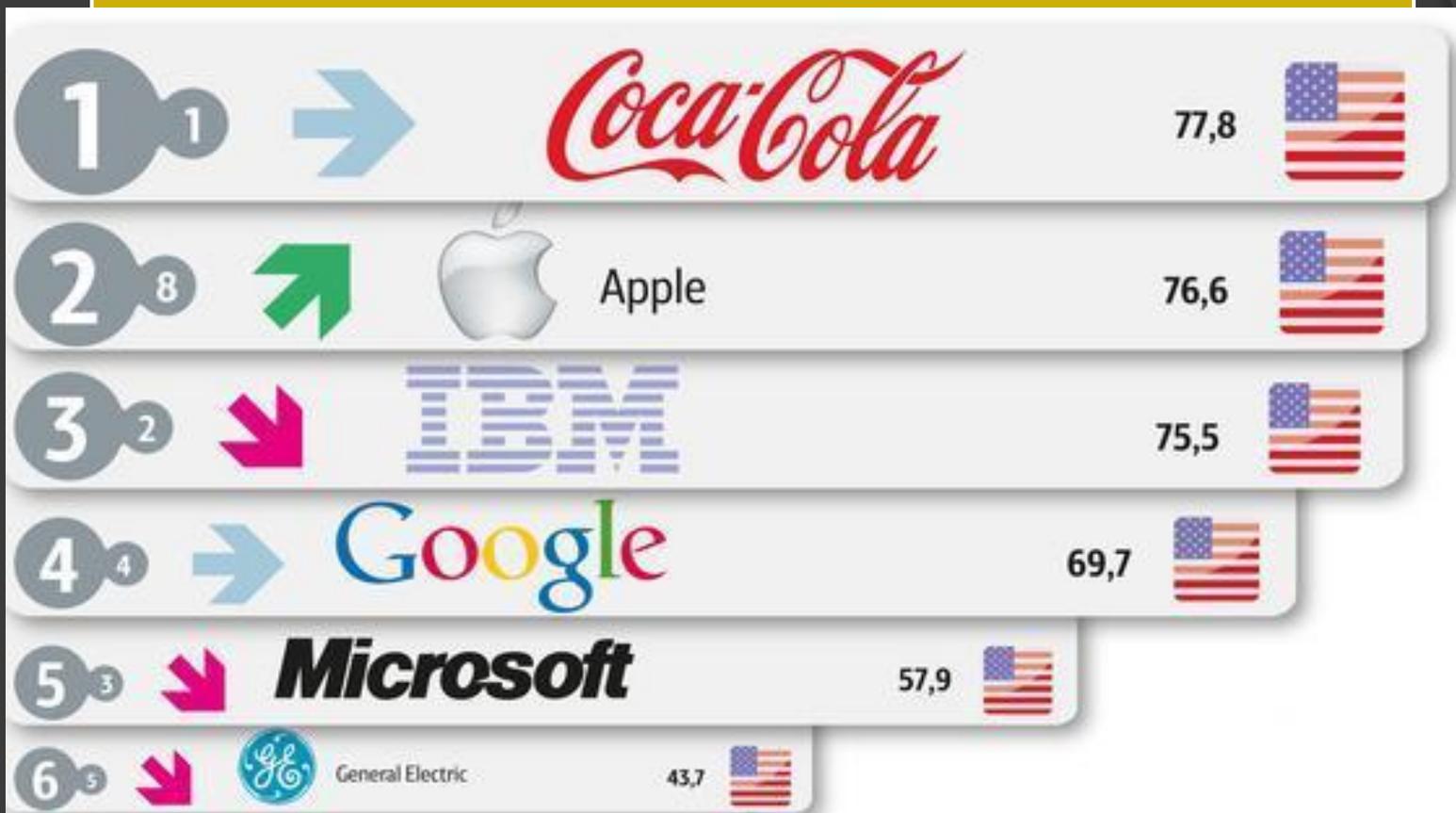
Штаб-квартира находится в столице штата Джорджия, Атланте.



Компании принадлежит 5 из 6 самых продаваемых мировых брендов безалкогольных напитков — Coca-Cola, DietCoke, Fanta, Schweppes и Sprite.



# Финансовые показатели



На протяжении последних двенадцати лет (2000—2012) Соса-Сола является самым дорогостоящим брендом в мире. В 2009 году компании удалось увеличить стоимость бренда на 3 % и она составила \$ 68,7 млрд, а в 2015 году - \$ 77,8 млрд

# Стратегия Соса-Кола

Компания Соса-Кола использует глобальную маркетинговую стратегию. Ее сущность основана на экономии всемирного масштаба, глобальных брэндах и включает следующие ключевые элементы:

- 1) глобальная отрасль;
- 2) природа конкурентной структуры отрасли;
- 3) гиперконкуренция;
- 4) взаимозависимость компаний.

Помимо СосаКола такую стратегию успешно применяют Intel, GeneralElectric, Motorola, Johnson&Johnson, Gillette, McDonald's, CompaqComputer и др. всемирно известные корпорации.



До конца 70-х годов XX века Компания проводила политику непрерывного расширения ботлерской сети. Продавая концентрат по высокой цене, компания обеспечивала себе значительные выгоды. Боттлеры извлекали определенную выгоду из-за наличия устойчивого спроса. Но в начале 80-х процесс расширения сети застопорился - с появлением банок для напитков и пластиковых сосудов мелкие боттлеры оказались не в состоянии приобретать новые машины.



Самым крупным боттлером СосаСола является компания «Кока-кола Энтерпрайзис», производящая 57% напитков, продаваемых в США и оккупирующая 20% мирового рынка этого напитка. Несмотря на формальную независимость менеджмента в административном совете фирмы председательствует Дуглас Айвестер, генеральный директор СосаСола.



В 2005 году Соса-Сола решила кардинально изменить маркетинговую стратегию, чтобы привлечь новое поколение потребителей. Недавно созданный план продвижения получил название М5, в честь команды из пяти дизайнерских фирм, которым доверено донести до аудитории оптимистический образ Соса-Сола.



В 2005 году Coca-Cola Hellenic Bottling Company S.A. (Coca-Cola HBC, ССНВС, Афины, Греция) объявила о достижении соглашения с Coca-Cola Company о совместном приобретении компании «Мултон» - ведущего производителя соков в России. Это второй по величине производитель соков в России. Объем продаж компании в 2004 г достиг 500 млн л, что составило 26% долю российского рынка. «Мултон» владеет производственными мощностями в Москве и Санкт-Петербурге, производит и продает соки под брендами Rich, Niso и «Добрый».



# Заключение

- ⦿ Таким образом, компания Соса-Сола продолжает свое триумфальное шествие по захвату рынков. Очевидно, будучи глобальной компанией Соса-Сола стремится к монополизации рынка безалкогольных напитков. В России, в силу слабого антимонопольного законодательства, это может произойти быстрее всего.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ