

Сучасний стан та тенденції розвитку ринку мінеральних вод України

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі здійснено аналіз сучасного стану та охарактеризовано тенденції розвитку мінеральних вод України.

Ключові слова: ринок мінеральних вод; тенденції розвитку; аналіз газулі.

Abstract

The paper analyzes the current state and describes the trends of mineral water development in Ukraine.

Keywords: mineral water market; development trends; gazelle analysis.

Вступ

Питна вода являється одним з ключових елементів, яких необхідний для життя людині. Виходячи з цього ринок мінеральних вод є однією з ключових областей економіки. Продукти галузі будуть мати попит не зважаючи на економічне становище держави, тому дослідження та аналіз даної галузі є надзвичайно важливим для економіки країни та розумінню майбутнього галузі.

Метою роботи є виявлення основних тенденцій та перспектив галузі мінеральних вод України.

Результати дослідження

Перш за для детального аналізу середовища роботи підприємств галузі мінеральних вод України необхідно виявити зовнішнього середовища, які мають найбільший вплив на них.

До факторів зовнішнього середовища організації прямого впливу відносять фактори, які впливають на існування самої організації, на конкретні результати її діяльності. Розглянемо їх у таблиці 1 та таблиці 2.

Розділимо фактори зовнішнього впливу на фактори прямого і не прямого впливу, та побудуємо відповідні таблиці 1.[1]

Таблиця 1 - Фактори зовнішнього середовища непрямого впливу

Група факторів	Загальний вплив факторів
1	2
Правові	Основні документи, що регулюють роботу виробників мінеральних вод, що визначені, як «Водний кодекс», «Кодекс про надра», закони України «Про питну воду і питне водопостачання», «Про якість і безпеку харчових продуктів» та ін. нормативно-правових актів, характеризуються нечіткістю та неоднозначністю положень, що створює відповідні передумови для використання різних методів формування конкурентної поведінки на ринку.
Науково-технічні нововведення	На ринку мінеральних вод представлені великі компанії, капітал яких дозволяє їм використовувати новітнє обладнання та технології для виробництва продукції.
Соціально-культурні	Під впливом світових трендів здорового способу життя, культура споживання води в Україні зростає з кожним роком, що позитивно впливає на ситуацію на ринку.

Продовження таблиці 1

1	2
Демографічні	Зменшення кількості населення держави має дуже негативний вплив на обсяги споживання мінеральної води.
Природні	Забруднення навколишнього середовища сильно впливає на якість води, яку населення може отримати з власних водоемів. В такому випадку стрімко збільшується попит на бутильовану воду, що покращує економічні показники підприємств.
Економічні	Ринок мінеральних вод, має позитивну динаміку в перспективі, оскільки Україна характеризується доволі високим рівнем споживачів бутильованої води.

Аналізуючи описані фактори можна прийти до висновку, що ринок мінеральної води в Україні має достатньо перспектив для росту. Навіть незважаючи на нестабільну економічну, політичну та соціальну ситуацію в країні, можна стверджувати, що у майбутньому споживання бутильованої води буде зростати. До таких висновків можна прийти через те, що вода є невід’ємним компонентом, який людина має споживати, а зважаючи на економічну ситуацію, використання бутильованої, очищеної води з кожним роком стає все більш актуальніше.

У таблиці 2.2 розглянемо як впливають ключові фактори зовнішнього середовища прямого впливу на ринок мінеральних вод.[1]

Таблиця 2 Фактори зовнішнього середовища прямого впливу

Група факторів	Загальний вплив факторів
Споживачі	Ключовими чинниками споживчого вибору на ринку мінерально-столових вод України виступають смак (28 %), впевненість у якості (20 %), ціна (15 %), лікувальні властивості (14 %), відомість марки (11 %). Найменше споживачів звертають увагу на мінеральний склад (7 %), на зовнішній вигляд і оформлення (3 %) та на інші чинники (2 %).
Конкуренти	На ринку безалкогольних напоїв досить багато учасників із безліччю торгових марок і брендів. Однак в українців вже склалися традиційні переваги і тому дрібні або нові бренди йдуть із ринку, витісняючи більш великими брендами. Так майже 50 % всього ринку газованої води і майже 70 % ринку негазованої води належать 10 великим виробникам.
Постачальники	Сфера постачання виробників мінеральних вод – ще одна сила конкуренції – має свою специфіку, оскільки сировинні ресурси зосереджені на певних територіях, і розлив води (основного компонента ціни продукції) здійснюється власниками підприємств, не вдаючись до послуг постачання.

Ринок мінеральних вод України характеризується високою привабливістю, проте варто врахувати, що наявність значного числа гравців цього ринку з великою кількістю торговельних марок і брендів створює високі поріг входження в цей бізнес. Враховуючи орієнтацію розливу води, насамперед, на сировинну базу і відносно сталі переваги населення України, дрібні й нові бренди найчастіше не витримують конкуренції та покидають ринок, витісняючись потужнішими брендами. Тому прогнозний вплив конкурентних факторів відповідає теперішньому [2].

Основними постачальниками компонентів продукції підприємств виробників мінеральних вод є виробники пакувальної тари вітчизняного виробництва. Головними постачальниками обладнання для виробництва є, як правило, закордонні спеціалізовані підприємства (Німеччина, Данія, Бельгія, Англія, Італія та ін.), які повністю забезпечують потреби українських виробників мінеральних вод у високопродуктивному автоматизованому устаткуванні.

Із врахуванням наведених досліджень, ймовірність появи нових підприємств на ринку є достатньо низькою. Це зумовлено особливостями галузі, а саме [3]:

— обмеженість природних ресурсів. Хоча Україна по запасах мінеральних природних вод займає одне з перших місць у світовому рейтингу, ключовим фактором лідерів ринку є розлив води з артезіанських свердловин, розміщення яких обмежене на території держави;

— вже сформовані основні вподобання споживачів, на які орієнтуються виробники.

Крім того проблемою для нових гравців є неможливість або складність подолання перешкод для входу на ринок, а саме [3]:

— економія за рахунок масштабу виробництва. Чим більше підприємство, тим більше воно економить у перерахунку на кожну одиницю продукції;

— доступ до каналів розподілу. Враховуючи сформовані зв’язки між виробниками та каналами збуту, новим гравцям важко отримати місце на полиці замість вже діючих підприємств, тому збут стає серйозною перешкодою.

Вихід на ринок нових компаній залежить також від нормативно-правового регулювання галузі. Існують стандарти, яким має відповідати продукція, вони регулюються Законами України (а саме ЗУ від 23.12.1997 771/97ВР «Про безпечність та якість харчових продуктів», та ЗУ від 10.01.2002 № 2918-III «Про питну воду та питне водопостачання») [4].

На ринку мінеральних вод України проглядається деяка специфіка. Спожива надає більшу перевагу продуктам компаній, як забезпечують більш широкий асортимент, але при цьому мають високий рівень якості та помірну ціну.

Крім того змінюються канали збуту продукції. На сьогодні найбільшими каналами збуту є супермаркети, гіпермаркети, мінімаркети, але традиційні в цей же час занепадають, зменшується віддача у натуральному і грошовому еквіваленті.

Основні гравці на ринку мінеральних вод в Україні представлені в таблиці 3.

Таблиці 3 – Основні підприємства на ринку мінеральних вод

Назва виробника	Торгова марка мінеральної води
«Оболонь»	Мінеральна і питна вода ТМ «Оболонська», «Прозора»
«Росинка»	ТМ «Софія Київська»
Свалявський-завод мінеральних вод	Мінеральна вода ТМ «Поляна Квасова», «Свалява», «Лужанська», «Поляна джерельна»
«Ерлан»	ТМ «Знаменівська»
IDS Group Ukraine	«Моршинська», «Миргородська», «Аляска», «Трускавецька», а також мінеральна вода «Боржомі», імпортована з Грузії
«Кока-Кола Беверіджиз Україна»	Бренд «ВонАqua»

Майже 60 % на ринку мінеральної води виробляють п'ятірка наступних виробників – IDS Group Ukraine, Соса-Кола, Оболонь, Росинка, Ерлан [5].

Якщо ж говорити про торгівельні марки, то вданому випадку лідерами виступають: IDS Group Ukraine – ТМ Моршинська (20 %), Боржомі (15,4 %), Миргородська (8,2 %).

Висновки

В ході дослідження було виявлено, що ринок мінеральних вод України містить у собі великі компанії, які і виступають основними гравцями на ньому. Така ситуація має як позитивні, так і негативні сторони. Через масштаби підприємств вони можуть собі дозволити використовувати сучасне обладнання та зменшувати ціну на свою продукцію, компенсуючи це її кількістю. Але з іншої сторони, поява нових гравців в таких умовах дуже малоімовірна. Вийти на ринок новим підприємствам, враховуючи конкуренцію, майже не можливо. З цього випливає, що у перспективі ми не побачимо нових великих гравців даного ринку. Проте не зважаючи на це, боротьба між великими виробниками мінеральних за споживачів достатньо серйозна. Тому можна стверджувати, що галузь буде розвиватися, а враховуючи її велике значення для населення, можна з впевненістю стверджувати, що жодного спаду темпів розвитку не передбачається.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Пономаренко І. В. АНАЛІЗ РИНКУ МІНЕРАЛЬНИХ ВОД В УКРАЇНІ / І. В. Пономаренко. // ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ. – 2018. – №25. – С. 412–418.
2. Верещака Т. В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ В УКРАЇНІ / Т. В. Верещака. // 2017. – 2017. – №4. – С. 183.
3. Кушніренко А. М. ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ З РОЗЛИВУ МІНЕРАЛЬНИХ ВОД В УКРАЇНІ / А. М. Кушніренко. // ПРОДОВОЛЬЧІ РЕСУРСИ. – 2018. – №11. – С. 103–109.
4. ЗАКОН УКРАЇНИ "Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80/ed20180120>.
5. Державна служба статистики [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Владислав Олександрович Слюсар – магістр групи МФК-18м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: vladslyusar@gmail.com

Науковий керівник: **Наталія Олегівна Коваль** - к.е.н., доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Vlad A. Slyusar - Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: vladslyusar@gmail.com

Supervisor: **Natalia O. Koval** - Cand. Sc. (Econ), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia