

УДК 339.13.021:663.6

К.О. Шіковець, Є.Л. Чепіль

Київський національний університет технологій та дизайну
БІЗНЕС-АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РИНКУ ПИТНОЇ ВОДИ

В статті проаналізовано тенденції та перспективи розвитку ринку питної води в Україні, проведено сегментацію і опис структури ринку. Проаналізовано тенденції розвитку ринку питної води в Україні та в світі. Визначено фактори, що впливають на розвиток ринку. Розглянуто зарубіжний досвід розвитку ринку питної води. Розглянуто питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників питної води.

Ключові слова: *бізнес-аналіз, ринок питної води, бутильована питна вода, суб'єктивні та об'єктивні причини використання питної води.*

Е.А.Шіковець, Е.Л. Чепиль

Киевский национальный университет технологий и дизайна
БИЗНЕС-АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ

В статье проанализированы тенденции и перспективы развития рынка питьевой воды в Украине и в мире, проведена сегментация и описание структуры рынка. Определены факторы, влияющие на развитие рынка. Рассмотрен зарубежный опыт развития рынка питьевой воды, а также вопрос повышения конкурентоспособности отечественных производителей питьевой воды.

Ключевые слова: *бизнес-анализ, рынок питьевой воды, бутилированная питьевая вода, субъективные и объективные причины использования питьевой воды.*

K.O. Shykovets, E.L. Chepil

Kyiv National University of Technology and Design

BUSINESS ANALYSIS OF DRINKING WATER MARKET DEVELOPMENT

The paper analyzes the trends and prospects of drinking-water market development in Ukraine and world-wide, segmentation and market structure description are provided. Factors affecting the above market development are identified. International experience of drinking water market development is considered. The issue of increasing the competitiveness of domestic producers of drinking water is explored.

Keywords: *business analysis, drinking water market, bottled drinking water, subjective and objective reasons for the use of drinking water.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Ринок мінеральної та питної води входить до числа найбільш швидкозростаючих споживчих ринків України. Сьогодні стрімко зростаючий український ринок бутильованих мінеральних та питних вод знаходиться у фазі активного формування. Мінеральна вода в Україні є свого роду природними ліками. Оздоровлююча дія мінеральної води на організм людини, її лікувальні властивості відомі з глибокої давнини.

Провести бізнес-аналіз тенденцій та перспектив розвитку ринку питної води в Україні, визначити сегментацію і опис структури ринку. Розглянути зарубіжний досвід розвитку ринку питної води. Виділити об'єктивні та суб'єктивні фактори використання

бутильованої питної води. Розглянути питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників питної води.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування Споживання бутильованої питної води за останнє десятиліття збільшилось як у світі загалом, так і в Україні. Споживання води українцями зросло більш ніж у 5 разів за останні 10 років – із 8 до 42 літрів однією особою на рік. Однак 2014 рік характеризується падінням виробництва бутильованої води на 5,9% порівняно з 2013 що пов'язано з економічною ситуацією в країні (рис. 1) [1].

В Україні відмічаються дві чіткі тенденції: зростання споживання негазованої води та збільшення сегменту малого літражу. Тобто українці намагаються брати воду з собою, як для індивідуальних потреб, так і для відпочинку та занять спортом. Характерною особливістю українського ринку залишається високий рівень лояльності до вітчизняних торгових марок, що обумовлено величезною популярністю численних лікувальних курортів, слава про яких поширилась далеко за межі країни.

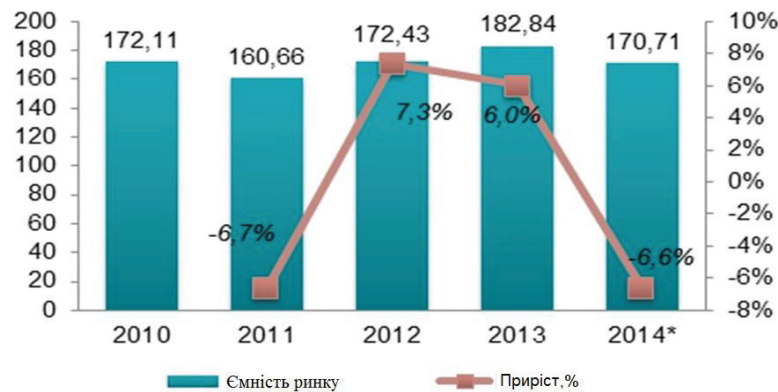


Рис. 1. Динаміка ємності ринку питної води в Україні за 2010-2014 рр., натуральне вираження, млн. дал.

Завдяки пропаганді здорового способу життя та зростанню культури споживання найбільш динамічним сегментом ринку стала негазована вода, яку все частіше вживають не тільки для пиття, але і для приготування їжі. Основними виробниками мінеральних та питних вод України є Миргородський завод мінеральних вод (ТМ «Сорочинська», «Миргородська», «Миргородська Лагідна» та «Старий Миргород»), Моршинський завод мінеральних вод «Оскар» (ТМ «Моршинська»), Трускавецький завод мінеральних вод (ТМ «Трускавецька Кришталева» та «Трускавецька – Аква-Еко»), корпорація «Оболонь», а також компанії «Індустріальні та дистрибуційні системи», «ІДС Аква Сервіс», «Кока-Кола Україна Лімітед» (ТМ BonAqua), «Ерлан» (ТМ «Знаменівська», «Біола», «Два океани» та «Каліпсо»), «Еконія» (ТМ «Малятко вода», «Аквуля» «Чистий ключ», «Чайкава» та «TeenTeam») та ін. (рис. 2) [3].

В Україні впроваджуються єдині європейські стандарти виробництва на ринку мінеральної та питної води та формується система управління якістю та харчовою безпекою води, що засновані на принципах безперервного вдосконалення.

Європа має найбільший показник споживання бутильованої води, що становить 103.3 літри фасованої води на душу населення на рік. 83% всієї бутильованої води, що продається в Європі - це природна мінеральна вода [1].



Рис. 2. Структурування споживчих переваг у сегменті питної та мінеральної води в Україні в 2014 році

Країнами лідерами серед споживачів бутильованої питної води (БПВ), як комплексного поняття, що включає безпосередньо чисту питну воду у пляшках, питну воду у великих ємностях (понад 10 л) для кулерів, диспансерів, а також кулери з системою додаткового очищення водопровідної води та ін. є: Арабські Емірати, Італія та Мексика (табл. 1). Географічно кількість споживання бутильованої води показує, що 64% споживається в Європі, 21% — в Сполучених Штатах Америки, 3,5% — в східних країнах і 11,5% припадає на решту світ (табл. 1) [2]. Причинами споживання населенням БПВ є: зростання рівня освіти та економічного благополуччя населення - з урахуванням змін способу життя (довготривалі поїздки, харчування поза домом та ін.); збільшення кількості екстремальних ситуацій та екологічно несприятливих регіонів; зменшення ступеня надійності системи централізованого водопостачання (або відсутності такого); збільшення серед населення кількості людей з недосконалою імунною системою (природженою, внаслідок хронічних захворювань чи впливу нових, еволюційно несприятливих факторів довкілля тощо); поширення наукових знань щодо хронічних захворювань, причинно обумовлених деякими хімічними та біологічними складниками води (антропо-техногенне забруднення, що є практично не контрольованим до цього часу); набуття споживачами води знань про вимоги до безпечності питної води та інших харчових продуктів (на фоні зростання забруднення навколишнього середовища, у тому числі - джерел води), а також знань щодо економічних наслідків захворювань, причинно обумовлених «водним чинником».

Таблиця 1

Динаміка споживання бутильованих питних вод у країнах світу

Країни	Споживання, (люд.)/рік	
	2012 р.	2014 р.
Об'єднані Арабські Емірати	133.1	259.3
Мексика	142.5	204.5
Італія	167.1	201.5
Бельгія, Люксембург	123.6	149.3
Франція	140.2	135.3
Німеччина	105.1	125.9

Продовження таблиці 1

Іспанія	112.3	119.8
США	76.0	110.8
Угорщина	51.0	107.7
Швейцарія	91.5	106.6
Тайланд	76.0	89.2
Ізраїль	46.9	87.7
Португалія	75.2	84.7
Україна	14.6	40.7
Росія	8.5	19.0
Середнє споживання у країнах світу*	21.2	28.7

Суб'єктивними факторами поширення використання БПВ є прагнення до підвищення способу життя та зміни способу життя, у т. ч. – урбанізація. Адже БПВ останнім часом стали показником соціального виміру, іміджу їх споживачів, критерієм благополуччя сім'ї, спроможності компанії/офісу, обов'язковими атрибутами яких є персональний комп'ютер, телефон та кулер/БПВ у приймальній директора.

Причини споживання БПВ, як і вимоги до їх якості, мають відмінності у населення різних країн і навіть континентів. Вони відтворюють відмінності у відношенні до питної води у країнах Старого (Європа) та Нового світу (Америка та молоді ринки Азії та Африки) (рис. 3). В Європі ще з часів середньовіччя традиційно віддають перевагу споживанню природних вод (мінеральних, джерельних) «для здоров'я», так само, як і вивченню впливу на здоров'я мінеральних компонентів питної води, взаємозв'язку дефіциту та надлишку їх вмісту у воді з різними захворюваннями тощо.

У країнах Нового світу БПВ стали безпечною, надійною, постійною, освіжаючою та зручною «альтернативою» водопровідній воді приблизно з середини ХХ століття. Причиною цього стали результати численних досліджень ступеня забруднення довкілля, джерел води та водопровідної води.

Тому аргументи щодо корисності та необхідності дотримуватись «здорового способу життя» збагатились обґрунтуванням належної гідратації організму, споживання низькокалорійних харчів та, у поєднанні з вимушеним зниженням фізичної активності (урбанізація), вдало сприяли споживанню чистої питної води замість різних «солодких» напоїв.

Упродовж останніх років на українському ринку чітко окреслилася тенденція до поступової відмови споживачів від традиційної сильно газованої води, тому оператори очікують подальшого зростання сегмента негазованої води (рис. 1).

В Україні головними критеріями при виборі води є смак (38,9%), джерело походження (36,8%), лікувальні властивості (30,2%) та ціна (21,8%) [1].

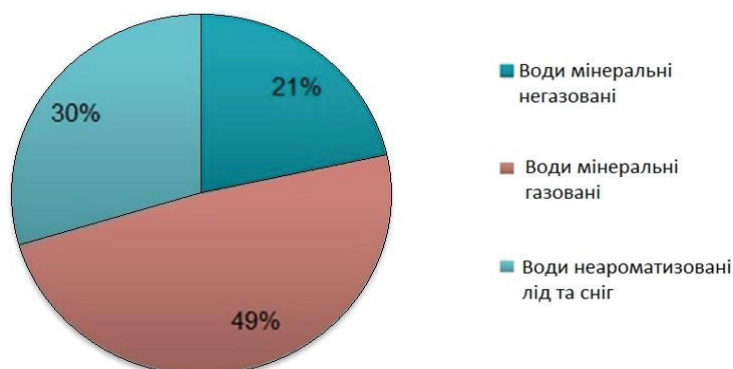


Рис. 4. Структура споживання питної води в Україні в 2014 році

В Україні 61,8% споживають мінеральну воду з метою в тамування спраги; 28,8% - з лікувальною метою; 24,9% - з метою корисності для здоров'я. Також 17% споживачів в Україні купують мінеральну та питну воду до столу, 27% для втмування спраги, 39% для лікування, 14% до свят, 3% ін.(рис. 5) [1].



Рис. 5. Обсяг продажів питної води в торговельній мережі по регіонах за 9 місяців 2014 року в грошовому вираженні, млн. грн.

Експорт газованих мінеральних вод здійснюється з Дніпропетровської, Львівської, Тернопільської, Чернігівської, Одеської областей. Негазовані води експортуються практично з усіх адміністративних областей України. Так мінеральна вода «Трускавецька», йде на експорт в Прибалтику, Росію, Ізраїль та США (рис. 6) [1].

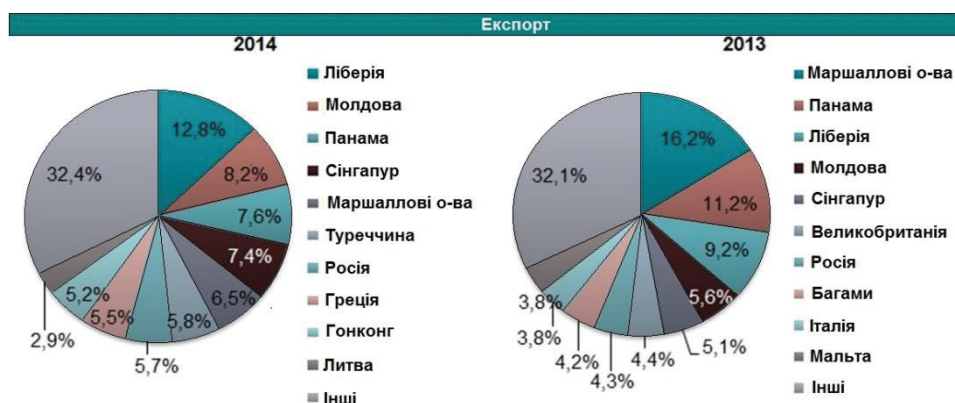


Рис. 6. Експорт мінеральної та питної води у 2013-2014 рр.

Головним імпортером мінеральної води в Україну є Грузія. Перше місце займає грузинська вода «Боржомі», в Україні існують також французькі води «Vittel», «Evian», «Perrier», італійські «SanPellegrino» та «SanBenedetto», російські «Нарзан» та «Ссентуки» (рис. 7) [1].

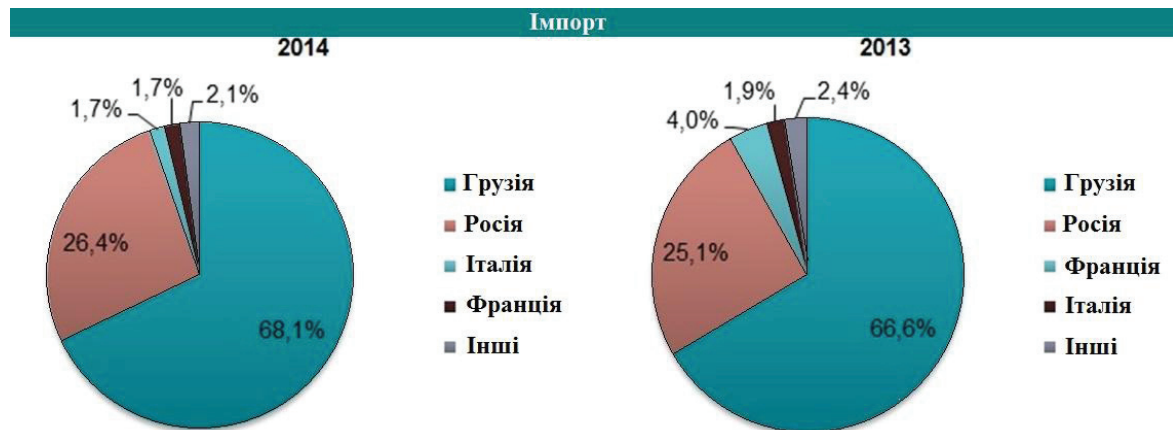


Рис. 7. Імпорт БПВ 2013-2014 рр.

Висновки та перспективи подальших досліджень Бізнес-аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку бутильованих питних вод свідчить про зростання соціальної значущості такого типу споживання населенням питної води, яка, проте, не є альтернативою питній воді систем централізованого водопостачання (водопровідній воді). Основними причинами зростання виробництва та споживання бутильованих питних вод є дефіцит прісних вод через погіршення екологічного стану довкілля, зростання кількості екстремальних ситуацій та обізнаність населення щодо значення якісної питної води для здоров'я.

Література

1. Аналітичний огляд ринку питної води України : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://inventure.com.ua>.
2. Офіційний сайт асоціації виробників мінералальних питних вод України : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.bottledwater.org.ua>.
3. Ринок мінеральної води в Україні : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://volwestgroup.com>.
4. Дослідження ринку мінеральної води в Україні : [Текст] /ММІ Ukraine // Маркетинговые исследования в Украине. — 2011. — № 4(47).