

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО РИНКУ МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ

Бочан І.О., д-р екон. наук, проф.
Гонта Д.В., здобувач вищої освіти
Львівський національний університет ім. Івана Франка,
м. Львів, Україна

Питна вода являється одним з ключових елементів, які 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.

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 [1].

Ймовірність появи нових підприємств на ринку є достатньо низькою. Це зумовлено особливостями галузі, а саме [2]:

- 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:

- економія за рахунок масштабу виробництва.
- 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 [2].

Майже 60% на ринку мінеральної води виробляють п'ятірка наступних виробників – IDS Group Ukraine, Coca-Cola, «Оболонь», «Росинка», «Ерлан». Якщо ж говорити про торговельні марки, то в

даному випадку лідерами виступають: IDS Group Ukraine – ТМ «Моршинська» (20%), «Боржомі» (15,4%), «Миргородська» (8,2%) [3].

Ринок мінеральної води в Україні піддається впливу різноманітних факторів, які впливають на його ріст і зміну. Основними факторами, що визначають зростання ринку мінеральної води в Україні, є:

- соціально-екологічні фактори (забруднення навколишнього середовища);
- соціально-біологічні чинники (поширення захворювань);
- низька якість водопровідної води в багатьох регіонах України, підвищений вміст важких металів у воді;
- економічні фактори (подорожчання й економне використання);
- зростання популярності здорового способу життя (лікувальні цілі та профілактика захворювань);
- зростання культури споживання питної води (падіння попиту на газовані напої з великим вмістом цукру);
- зростання офісного споживання бутильованої води [4].

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 малоймовірна. Проте, боротьба між великими виробниками мінеральних за споживачів достатньо серйозна. Тому можна стверджувати, що галузь буде розвиватися.

Список використаних джерел

1. Верещака Т.В. Особливості розвитку ринку мінеральної води в Україні. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*. 2017. № 4. С. 183.
2. Кушніренко А.М. Проблеми та напрями розвитку сучасних підприємств з розливу мінеральних вод в Україні. *Продовольчі ресурси*. 2018. № 11. С. 103–109.
3. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.10.2023).
4. Пономаренко І.В. Аналіз ринку мінеральних вод в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. № 25. С. 412–418.