

УДК 338.467(477)

КОРНІЄНКО Ю.О., ГЕСЕЛЕВА Н.В., ХОМЕНКО О.І.
Київський національний університет технологій та дизайну

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ HOD (HOME & OFFICE DELIVERY) В УКРАЇНІ

Мета. Дослідження особливостей становлення, проблем та перспектив розвитку ринку HOD (доставка бутильованої води додому та офіс).

Методика. У статті використовуються методи системного спостереження та порівняльного аналізу процесів споживання питної води населенням України.

Результати. Надано характеристику ринку HOD в Україні та тенденції його розвитку.

Наукова новизна. Проаналізовано забезпеченість України водними ресурсами, розглянуто напрями розвитку та конкурентне середовище ринку доставки води. Описані проблеми та перспективи ринку HOD в Україні.

Практична значимість. В результаті проведеного аналізу були виявлені проблеми та перспективи даного ринку.

Ключові слова. ринок HOD, екологічна ситуація, стан питних вод України.

Людський організм приблизно на 60% складається з води. Норма споживання води людиною за день складає в середньому 0,35 л. на кг. тобто від 1,5 до 6 л. за день. Майже 70 % населення міст, сіл і селищ міського типу України задовольняє свої потреби в питній воді за допомогою ґрунтових вод (колодязі) або глибших водоносних горизонтів (свердловини). Всеукраїнська екологічна ліга (ВЕЛ) випустила тематичну карту «Екологічна ситуація та стан питних вод України», яка дає уявлення про те, яку воду споживають жителі різних регіонів України. Проблема екологічного стану водних об'єктів є актуальною для всіх водних басейнів України. Вода у більшості з них класифікується як «забруднена» і «брудна» (IV-V клас якості). В деяких містах і навіть окремих регіонах відхилення води від норми сягає 70 - 80%. Що стосується води, яка тече з крану в кожному домі, то в Європі якість такої води контролюється по 100 показника, а в Україні лише по 28. Крім того нашу воду ще й хлорують, від чого європейські країни відмовилися більш ніж 30 років назад. Також на якість такої води впливають зношені труби. Як наслідок, значна частина населення використовує для питних потреб недоброякісну воду. Тому проблема споживання якісної питної води стає для українців все гостріше. Аналітичні та прикладні аспекти ринку питної та мінеральної води досліджувалися у працях відомих вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема Л.Коваль, О.Круглова, Е.Осипенко, М.Халявінська та інших. також аналіз ринку питної води HOD можна знайти у працях О.Бут, Д. Говдя та М. Дикаленко і Е.В. Московчук Але недостатньо приділено уваги аспектам доставки бутильованої води, її проблемам та перспективам. Як доводить практика останніх років, зазначені проблеми потребують поглибленого вивчення та дослідження.

Перша доставка води додому та офіс, була організована у 1996 року для цього приватна компанія закупила новітнє обладнання та дослідила джерела курортних регіонів України. Так став розвиватися ринок HOD (Home&Office delivery) і люди почали

поступово замовляти воду. На сьогоднішній день існує безліч способів очистки води для забезпечення питного режиму: встановлення фільтрів на кранах вдома, очищення води в фільтрі-кувшині. Але багато людей все ще набирає воду у бюветах. Все це різноманіття отримання води створює проблеми для ринку НОД. Складна економічна ситуація в Україні і зниження споживчої спроможності також значно позначилися на обсягах виробництва і споживання бутильованої води. Проте перспективи для подальшого розвитку існують.

В Україні склалась катастрофічна ситуація з постачанням населенню якісної питної води. Погіршення екології, низька якість водопровідної води, зношені мережі, значне забруднення поверхневих вод призвели до того, що люди починають шукати джерела безпечної питної води. Через низьку якість очищення стічних вод надходження забруднених стоків у поверхневі водойми не зменшується. Тому вживання води з-під крану або зі звичайного бювету в великих містах може загрожувати здоров'ю українців. Ще 20 років тому пересічний українець вживав 9 л. води на день, сьогодні цей показник сягає 42 л. на день. В чому значно відстають від європейських сусідів, наприклад, італійці вживають – 190 л. на людину, іспанці – 146 л., французи – 138 л. Проте варто відмітити що з кожним роком зростає усвідомлення українських споживачів важливості споживання якісної питної води для гарного здоров'я. Споживач став використовувати мінеральну воду не тільки для втамування спраги, а й у побутових цілях, хоча ще 10 років тому українці використовували бутильовану воду лише в лікувальних цілях.

Слід відмітити, що український ринок питної води НОД знаходиться на стадії становлення, а тому сьогодні цьому питанню ще не приділяється великої уваги, дослідження ринку здійснюються в основному на замовлення або силами головних операторів ринку та Асоціації Бутильованих Вод України (АБВУ). В Україні перші компанії по доставці води з'явилися в столиці. Тут і населення більш платоспроможне, і потенційних клієнтів більше, ніж в будь-якому іншому місті країни. Тому не дивно, що близько 60% всього НОД - ринку припадає якраз на Київ.

За останні кілька років ситуація на ринку доставки води в будинки і офіси кардинально не змінилася. Проникнення категорії в офісний канал складає більше 80%, тобто тут ринок близький до насичення. У той же час у сегменті домогосподарств даний показник складає менше 10%. За останні кілька років ринок показує зростання 6-8% на рік, при цьому основне зростання ринку припадає саме на сегмент домогосподарств.

Сьогодні обсяг ринку НОД в Україні складає понад 22 млн. дол. і демонструє стабільне багаторічне зростання (Рисунок 1).

Об'єм реалізації води НОД в Україні, млн.л.

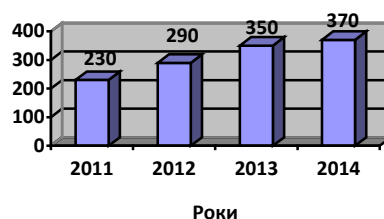


Рис. 1 Об'єм реалізації води НОД в Україні

Всі можливі способи задоволення потреби спраги представлені на рисунку 2.

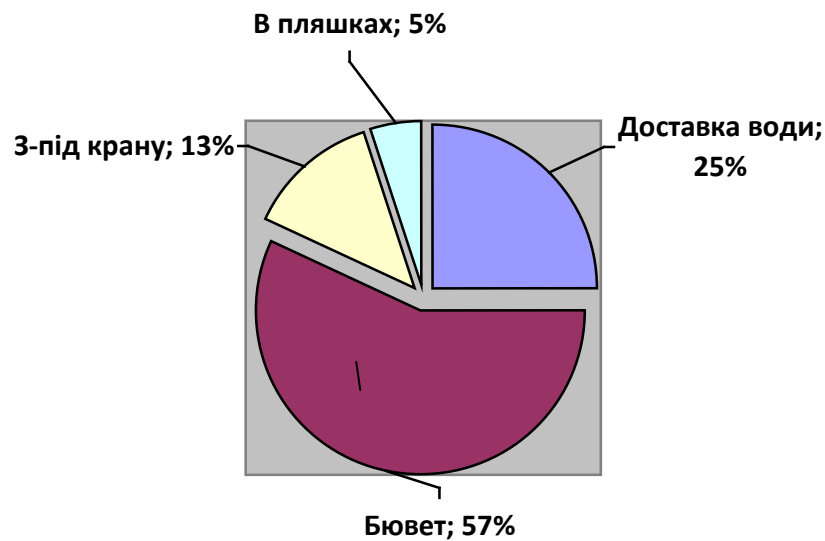


Рис. 2 Частки способів споживання води українцями

Наразі спостерігається деякі зміни в структурі споживання води – активізувалися домашні споживачі, зростає їх клієнтська база і об'єми споживання. Домогосподарства більш вимогливі до якості води і до конкретного бренду, вони готові споживати дорожчу воду. Для корпоративних клієнтів важливі зручність сервісу доставки і нижча ціна. Крім того, споживачами також є такі заклади, як школи, лікарні, пологові будинки. Майбутні мами можуть стати споживачами кулерної води, тому що для малюка необхідна «найкраща» вода. Тут кулерна вода може зайняти позицію ніші питної води для дітей та новонароджених. Важливим фактором, який впливає на зростання ринку ж прискорення темпу життя мегаполісів і зростаючий дефіцит вільного часу. Що стосується домогосподарств, то як правило НОД-сервісом користуються сімейні люди віком 25-45 років з середнім рівнем доходу або вище середнього.

Проблеми ринку НОД полягають насамперед в обмеженості природних ресурсів, екологічних (забруднення підземних вод) та економічних проблемах (економічна криза останніх років значно вплинула на купівельну спроможність населення), а також наявність конкурентів у вигляді альтернативних способів забезпечення питною водою (фільтри, бювети, кіоски з розливу води, водовози), наявність незначної сезонності. В столиці ціни на воду найбільш високі (в середньому на 20-30% вище), що обумовлено більш високими витратами компанії на доставку, заробітну плату, оренду складських приміщень. В регіонах значну долю займає продаж води з водовозів чи кіосків на розлив. Проте під водовози потрібно підлаштовуватися, тому що вони приїжджають лише на декілька годин і продавці не гарантують якість своєї продукції, тому що вона знаходиться не в герметичній ємкості. Така сама і проблема з кіосками – якість такої води ніхто гарантувати не може.

Інші проблеми це:

- брак інвестування та новітніх технологій;
- низький рівень життя українських громадян;
- низька культура споживання води;
- низький рівень залучення в деяких регіонах;

Крім того, зубожіння населення здатне спровокувати черговий відтік споживачів і відновлення падіння ринку. В Україні, витрати на виробництво і доставку води за 2014-2015 рік суттєво збільшилися. Це пов'язано як із курсом валют, який вплинув на вартість витратних матеріалів (етикетка, кришка, пильовик, тара і т.д.), паливно-мастильних матеріалів, комплектуючих і т.д., так і зі збільшенням тарифів на забір води та комунальні послуги. Відповідно, вартість продукції для споживача порівняно з січнем 2014 року також виросла (приблизно на 25-40% у різних регіонах і в різних постачальників).

Перспективи ринку НОД в Україні: ринок активно розвивається. Щорічний приріст ринку оцінюється в 18-20%. На думку експертів, такі темпи зростання в найближчий час зберуться. Це буде відбуватися, насамперед, за рахунок розвитку сегментів в регіонах, а також за рахунок росту домашнього споживання. На даний момент на ринку НОД України простежуються наступні тенденції:

- збільшення кількості операторів ринку;
- розвиток домашнього господарства;
- підвищення лояльності населення до сегменту.

Асоціація бутильованої води України виступає гарантом стабільності компаній та якості їхнього продукту, говорять гравці ринку. Вже 5 років організація пропагує впровадження кращих світових технологій на українських підприємствах. Вітчизняним виробникам води можна довіряти. Ще одною перевагою є простота споживання. Замовити та отримати воду дуже просто, а також бутильована вода зберігається довго, не втрачаючи своїх властивостей. Для розвитку даного ринку необхідно інформувати суспільство про переваги ринку НОД та про забрудненість звичайної води.

Таким чином, підсумовуючи, можна відмітити, що стан підземних вод та водопроводу знаходиться не в найкращому стані, це підштовхує українців до пошуку якісної води, і багато обирають саме ринок НОД, оскільки це зручно, безпечно та якісно.

В сучасній аудиторії споживачів формується стабільна звичка до споживання бутильованої питної води, що дозволяє говорити про необхідність чіткого нішового ділення ринкових пропозицій. Хоча і існують деякі проблеми, перспектива подальшого розвитку стабільна і характеризується зростанням в сегменті домогосподарств, тому що в багатьох містах відсутнє якісне водопостачання. Якщо говорити про конкуренцію на ринку, то вона буде зараз рости, як і сам ринок. В результаті цього споживач буде тільки вигравати, тому що кожен гравець на ринку буде намагатися виробляти найбільш конкурентоспроможний продукт і надавати високу якість сервісу.

Список використаних джерел

1. Савинская, Д.Н. Общая структура дистрибьюции и виды продаж / Краснодар: КубГАУ, 2010. - С. 608-609.
2. Харрисон Дж., Уайнер Дж., Таннер Дж., Барникот Н. Биология человека.- М.: Мир, 1968.
3. Яцик А.В. Водогосподарська екологія: У 4 т., 7 кн. – К.: Генеза, 2004. – Т. 2, кн. 3-4. – С. 238.
4. «Бутылка против трубы». Украинский бизнес / №28–29(355) 23 июля 2012 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://expert.ua/articles/16/0/10446>
5. «Бизнес НОД» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.hodidea.com/ru/hod_business.html
6. Водоп'ян В.І., Яременко С.С. Аналіз перспективності регіонального ринку питної води НОД (на прикладі Дніпропетровської області) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/17_APSN_2013/Economics/6_140812.doc.htm
7. «Украина: Вода – один из наиболее выгодных товаров» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.itsoul.com.ua/?p=1316>

References

1. Savinskaia D.N. Obshchaia struktura distibutsii i vidy prodazh/ Krasnodar: KubGAU, 2010 - 608-609 p. [in Russian].
2. Kharisson Dzh., Uainer Dzh., Tanner Dzh., Barnikot N. Biologiia cheloveka. – М.: Mir., 1968.
3. Yatsik A.V. Vodogospodarska ekologiia: U. 4 t., 7 kn. – K. Geneza, 2004. – Т.2, kn.3-4 – 238 p. [in Ukrainian].
4. “Butylka protiv vody”. Ukrainskiy biznes / №28–29(355) 23 iulia 2012 [Elektronniy resurs]. - Retrieved from: <http://expert.ua/articles/16/0/10446>
5. “Biznes NOD” [Elektronniy resurs]. - Retrieved from: http://www.hodidea.com/ru/hod_business.html
6. Vodopian V.I. , Yaremenko S.S. Analiz perpektivnosti regionalnogo rynku pytnoi vody HOD (na prykladi Dnipropetrovskoi oblasti) [Elektronniy resurs]. - Retrieved from: http://www.rusnauka.com/17_APSN_2013/Economics/6_140812.doc.htm
7. “Ukraina: Voda – odin iz naibolee bygodnyh tovarov. [Elektronniy resurs]. - Retrieved from: <http://www.itsoul.com.ua/?p=1316>

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА НОД В УКРАИНЕ

КОРНИЕНКО Ю.О., ГЕСЕЛЕВА Н.В., ХОМЕНКО О.И.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Цель. Изучить особенности становления, проблем и перспектив развития рынка НОД (доставка бутылированной воды домой и офис).

Методика. В статье используются методы системного наблюдения и сравнительного анализа процесса потребления питьевой воды населением Украины.

Результаты. Предоставлено характеристику рынка НОД в Украине и тенденций его развития.

Научная новизна. Проанализировано обеспечение Украины водными ресурсами, рассмотрено направления развития и конкурентной среды рынка доставки воды. Описаны проблемы и перспективы рынка НОД в Украине.

Практичная значимость. В результате проведенного анализа были выявлены проблемы данного рынка.

Ключевые слова: рынок НОД, экологическая ситуация, состояние питьевых вод Украины.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE HOD MARKET IN UKRAINE

KORNIENKO J., KHOMENKO O., GESELEVA N.

Kyiv National University of Technologies and Design

Purpose. To research peculiarities of formation, problems and prospects of development of the HOD market (bottle water delivery to home and office).

Methodology. In the article were used methods of the system observation and comparative analysis of the process of water drinking by the population of Ukraine.

Findings. Displaying characteristics of the HOD market in Ukraine and its development trends.

Originality. Analyzed Ukrainian provision of water resources, discussed development trends and the competitive environment of the market delivery of water. Describes problems and prospects of the market HOD in Ukraine.

Practical value. Problems and development trends of the market were offered.

Keywords: HOD market, ecological situation, state of drinking water in Ukraine.