



Аналіз ринку бутильованої питної води 2021-2024 рр.



План

1. Загальна характеристика ринку	3
1.1. Опис ринку (вступний пункт з описом товару, його застосуванням, описом методології дослідження та класифікаторів)	3
1.2. Аналіз тенденцій розвитку ринку (основні фактори та тренди, що впливали на ринок та динаміка їхнього прояву)	4
1.3. Загальні показники ринку окремо на ринку газованої та негазованої води	6
1.3.1. Розрахунок ємності ринку в 2021-2024 рр. (за формулою «виробництво + імпорт – експорт») у натуральних показниках	6
1.3.2. Обсяг продажів продукції на ринку у грошових показниках	6
1.4. Сегментація і структурування ринку (за видами, походженням, оцінка тіньового сегмента) ..	7
2. Основні оператори ринку (виробники та імпортери)	8
2.1. Перелік основних операторів ринку і їх структурування (загальна інформація, види діяльності і спеціалізація; товарні групи, торгові марки і асортимент)	8
2.2. Частки ринку основних операторів ринку (бренди, виробники)	18
3. Виробництво питної води в Україні в 2021-2024 рр.	19
3.1. Динаміка виробництва в кількісних показниках	19
3.2. Частки виробників	20
4. Зовнішня торгівля та ЗЕД	21
4.1. Експорт питної бутильованої води з України в 2021-2024 рр. (обсяги, географія)	21
4.2. Імпорт питної бутильованої води в Україну в 2021-2024 рр. (обсяги, структура, географія, частки імпортерів)	22
5. Асортимент продукції, представлений на ринку (побудова асортиментних карт для визначення насиченості сегментів ринку за типом та розміром тари, типом води)	25
6. Ціна і ціноутворення на ринку	25
6.1. Динаміка цін на питну бутильовану воду (індекс)	25
6.2. Середні поточні ціни на воду за асортиментними групами	26
6.3. Опис факторів, що впливають на формування ціни, структура	28
7. Брендинг і реклама (аналіз позиціонування конкурентів на ринку, присутність в каналах просування)	29
8. Аналіз споживання на ринку	37
8.1. Вподобання споживачів щодо товару, портрет споживача	37
8.2. Аналіз інтернет-аудиторії в галузі, пошукових запитів і видачі конкурентів	38
8.3. Аналіз незадоволеної потреби на ринку	39
8.4. Ступінь задоволеності споживачів (аналіз відгуків)	40
9. Канали збуту продукції (опис і оцінка структури продажів по каналах)	40
10. Висновки. Прогнозні показники ринку	41
10.1. Висновки і прогнозні тенденції розвитку ринку	41
10.2. Побудова гіпотез розвитку ринку. Прогнозні показники розвитку ринку в 2025-2027 рр.	41



1. Загальна характеристика ринку

1.1. Опис ринку (вступний пункт з описом товару, його застосуванням, описом методології дослідження та класифікаторів)

Бутильована вода – це вода, що пройшла певний рівень обробки або природнього очищення, має контрольований хімічний склад і фасується у пластикову або скляну тару для роздрібної реалізації. Має різне походження, склад і ступінь обробки, що визначає її характеристики та сферу застосувань.

В Україні ринок бутильованої води представлений широким асортиментом продукції, яка розрізняється за своїми фізико-хімічними властивостями, способом виробництва та рівнем мінералізації. Усі види бутильованої води можна класифікувати за кількома ключовими критеріями:

Таблиця 1.1.1

Класифікація бутильованої питної води

Критерій	Категорія	Опис
За походженням	Природна мінеральна	Добувається з підземних джерел, де проходить через шари різних порід і ґрунту, насичуючись мінералами та мікроелементами. Забезпечена стабільним природнім мінеральним складом.
	Джерельна	Походить з природних джерел або свердловин, містить менше мінералів у порівнянні з мінеральною водою. Може змінювати мінеральний склад залежно від умов видобутку.
	Артезіанська	Видобувається з артезіанських свердловин, зазвичай має низький рівень забруднень і стабільний хімічний склад.
	Очищена	Отримується шляхом фільтрації, дистиляції або зворотного осмосу з водопровідної води, не містить значної кількості мінералів.
За насиченістю CO ₂	Сильногазована	Вміст CO ₂ становить 0,4 % та більше
	Слабогазована	Вміст CO ₂ становить від 0,2 – 0,4%
	Негазована	Не містить CO ₂
За рівнем мінералізації	Лікувальна	Містить високу концентрацію мінералів і мікроелементів, понад 10 грамів мінералів на літр і використовується в основному для лікувальних процедур під контролем лікаря.
	Лікувально-столова	Містить помірну концентрацію мінеральних речовин: від 1 до 10 грамів мінералів на літр. Може використовуватися як для пиття, так і для лікувальних цілей, має специфічні властивості, які роблять її корисною для здоров'я, але її вживання потребує певної обережності.
	Столова	Містить низьку концентрацію мінеральних речовин, зазвичай до 1 грама мінералів на літр і підходить для щоденного вживання.

Джерело: оцінка Pro-Consulting

Фізично-хімічні характеристики бутильованої води:

- pH (кислотність) – показник кислотно-лужного балансу, питна вода повинна мати водневий показник в діапазоні 6–9, 7 – відповідає нейтральному середовищу, 6 – кислому, а 8 та 9 – залуженому;
- Жорсткість – вміст калію та магнію, верхня межа жорсткості питної води повинна не перевищувати 4 мг-екв/л.
- Окиснюваність – визначає рівень органічних добрив, якщо рівень окиснюваності перевищує 2 мг O₂/дм³ – воду вживати небезпечно;
- Температура вживання – рекомендована температура питної води для вживання від 20°C до 25°C;
- Прозорість – відсутність мутності та води;
- Смак та запах – чистий, без сторонніх присмаків і запахів;
- Загальна мінералізація – визначає кількість розчинених солей у воді, містить такі речовини:
 - Залізо. Для питної води вміст заліза не повинен бути більшим за 0,2 мг/л.
 - Натрій
 - Калій
 - Марганець
 - Хлориди. Аби вода була придатна для пиття й не шкодила здоров'ю, вміст хлоридів та сульфатів має бути не більшим за 250 мг/л.
 - Фториди. Питна вода високої якості має вміст фторидів від 0,7 мг/л до 1,5 мг/л.

Бутильовану питну воду вживають у щоденному використанні, у лікувальних цілях та у приготуванні їжі. Для виготовлення такої води потрібно підпадати під державні стандарти якості:

- ДСТУ 878-93 – «Вода мінеральна питна»;
- ДСТУ 7525:2014 – «Вода питна. Вимоги та контроль якості»;
- Санітарні норми та правила ДСанПіН 2.2.4-171-10 – «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною»

Мета дослідження – оцінка ринкової частки компанії замовника на ринку бутильованої води.

Часові межі дослідження:

- 2021-2024 рр.
- Прогноз на 2025-2027 рр.

Основні показники ринку досліджувалися за даними Державної служби статистики, Державної митної служби за відповідними кодами КВЕД та УКТЗЕД, фінансовою звітністю компаній, інформацією операторів ринку та публікаціями галузевих інформаційних джерел.

Основний код КВЕД, проаналізований в межах дослідження:

11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки.

Таблиця 1.1.2

Коди УКТЗЕД досліджуваних товарів

Код УКТЗЕД	Назва
220110	Води, включаючи природні або штучні мінеральні, газовані, без додання цукру чи інших підсолоджувальних або ароматичних речовин;
2201101100	Негазовані води
2201101900	Інші (газовані)

Джерело: Товарна номенклатура зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД)

Смність ринку розраховано за формулою: «виробництво + імпорт – експорт».

Асортимент продукції та позиціонування конкурентів проаналізовані за даними сайтів основних виробників на ринку.

Аналіз інтернет аудиторії проведено – за допомогою інструменту Google Ads. Пошук відбувався за ключовими словами : *купити сильногазовану воду, питна вода, столова вода, мінеральна вода, лікувальна вода, лікувально-столова вода купити, слабогазована вода, бутильована вода, купити питну воду, артезіанська вода* та за переліком операторів.

Аналіз державних тендерних закупівель проводився за даними платформи Prozorro.

Використані джерела даних:

- звітність, оприлюднена Державною службою статистики України;
- дані зовнішньої торгівлі, оприлюднені Державною митною службою України;
- інформація НБУ;
- відкрита фінансова звітність підприємств;
- інструмент Google Ads;
- платформа Prozorro.

1.2. Аналіз тенденцій розвитку ринку (основні фактори та тренди, що впливали на ринок та динаміка їхнього прояву)

Ринок бутильованої води в Україні за останні роки зазнав змін під впливом економічних та соціальних факторів. Попри війну та економічну нестабільність в країні, попит на бутильовану воду залишається високим, оскільки якість водопровідної води в багатьох регіонах України не є придатною до споживання.

Фактори впливу на розвиток ринку

1. Одним із головних факторів, що впливає на розвиток ринку бутильованої води, є війна. Воєнні дії призвели до часткової зупинки виробництва в деяких регіонах, проблем із логістикою та зростання вартості сировини й енергоресурсів. Водночас потреба у безпечній питній воді в зонах гуманітарної кризи значно зросла, що стимулювало розвиток доставки та волонтерських ініціатив із забезпечення населення. У 2022 році в деяких регіонах України було запроваджено обмеження на продаж алкогольних напоїв. Це спонукало низку виробників переорієнтуватися на випуск безалкогольної продукції.



2. Економічна криза та інфляційні процеси значно вплинули на ринок. Зростання вартості електроенергії, логістики, сировини та пакувальних матеріалів призвело до подорожчання кінцевого продукту.

3. Зміна споживчих уподобань стала ще одним визначальним чинником. Українці дедалі більше обирають продукти, що відповідають концепції здорового харчування. Це спричинило зростання попиту на воду збагачену вітамінами, мікроелементами та електролітами. Ця тенденція змусила виробників розширювати асортимент і адаптувати маркетингові стратегії, роблячи акцент на натуральності, користі та екологічності продукції.

4. Зменшення кількості споживачів через міграцію населення.

5. Підлив Каховської ГЕС. Руйнування дамби призвело до масштабного забруднення водних ресурсів. Це спровокувало різке зростання попиту на бутильовану воду, особливо у великих об'ємах для гуманітарних потреб.

6. Перебої з електропостачанням. Відключення електроенергії, особливо у зимовий період, можуть призводити до перебоїв у роботі систем водопостачання, що стимулює зростання попиту на негазовану бутильовану воду, особливо у об'ємах 3–6 літрів.

Світові тренди ринку

1. Розвиток функціональних вод. Популярність функціональних вод зростає, оскільки споживачі все частіше шукають продукти, що мають додаткову користь для здоров'я. Виробники активно розширюють цей сегмент, пропонуючи воду з вітамінами, антиоксидантами та електролітами;

2. Перехід до екологічних рішень. Екологічність стала одним із ключових критеріїв вибору продукції. Виробники впроваджують інноваційні рішення, такі як: використання переробленого пластику та скляні тари. В Україні цей тренд поки обмежується зменшенням використання пластику (наприклад, виготовлення кришечок меншого розміру, пляшок з меншою товщиною стінок), використанням біоплівки для брендингу пляшок;

3. Розвиток сегмента дитячої лінійки, все більше виробників починають впроваджувати воду спеціально для дітей, така вода повинна бути м'якою з обмеженим вмістом мінералів та не містити домішок. Вода відрізняється не лише хімічним складом, але і дизайном пляшки, зазвичай це пет-пляшка 0,33 л з мультиплікаційними етикетками. В Україні дитяча лінійка вже представлена у ТМ Моршинська, Buvette vital № 3, а також у ТМ Малятко та Аквуля, які спеціалізуються лише на виробництві дитячої води.

Особливості ринку

1. Сезонність на ринку. Мінеральна вода є товаром, для якого характерні сезонні коливання та залежність обсягів реалізації від клімату території. Загалом для України з її помірним кліматом пік виробництва мінеральної води припадає на весняно-літній період – з квітня по серпень, коли зростає попит. Серед основних причин, через які споживач купує мінеральну воду, є бажання вгамувати спрагу в спеку. Крім того, навесні, як правило, частіше відзначаються випадки загострення шлунково-кишкових захворювань, у зв'язку з цим багато хто купує мінеральну воду для лікування. Мінімальний рівень споживання спостерігається взимку.

2. Незначна частка імпортової продукції. Вітчизняне виробництво мінеральної води майже повністю покриває внутрішній попит. Частка імпортової продукції не перевищує 5% ринку.

3. Український ринок мінеральної води консолідований, рівень конкуренції у галузі високий, великі оператори утримують свої позиції та розширюють своє виробництво. Областями-лідерами за найбільшими обсягами виробництва мінеральної води є Львівська, Закарпатська, Полтавська та Дніпропетровська.

4. Високий рівень галузевої привабливості (великий споживчий ринок, зростаючий попит, культура споживання води, що розвивається).

1.3. Загальні показники ринку окремо на ринку газованої та негазованої води

1.3.1. Розрахунок ємності ринку в 2021-2024 рр. (за формулою «виробництво + імпорт – експорт») у натуральних показниках

Через наслідки повномасштабного вторгнення, виробництво газованої води зменшилося у 2022 році, але відновилося в 2023 році і вже в 2024 перевищило довоєнні показники (на 13,5%). Ємність ринку газованої води зменшилася в 2022 році на 18%, але потім стабільно зростала на 11% у 2023 році і 15% у 2024 році.

Таблиця 1.3.1.1

Ємність ринку газованої води в Україні в 2021-2024 рр., у натуральних показниках, млн л

Показник	2021	2022	2023	2024
Виробництво	903,5	775,7	890,5	1025,9
Експорт	6,3	5,0	6,1	7,6
Імпорт	65,1	22,2	18,9	25,1
Ємність ринку	962,3	792,8	877,6	1008,4
Темп приросту, %		-18%	11%	15%

Джерело: за даними Державної служби статистики України, Державної Митної служби України, оцінка Pro-Consulting

Таблиця 1.3.1.2

Ємність ринку негазованої води в Україні в 2021-2024 рр., у натуральних показниках, млн л

Показник	2021	2022	2023	2024
Виробництво	665,2	591,0	678,4	781,6
Експорт	5,2	5,3	4,7	5,3
Імпорт	12,6	5,1	4,9	6,5
Ємність ринку	672,6	590,7	678,2	780,4
Темп приросту, %		-12%	15%	15%

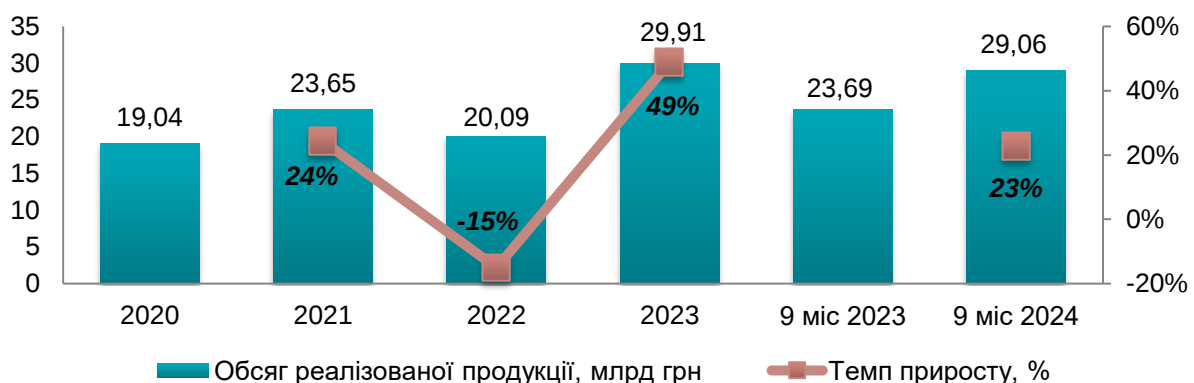
Джерело: за даними Державної служби статистики України, Державної Митної служби України, оцінка Pro-Consulting

1.3.2. Обсяг продажів продукції на ринку у грошових показниках

Динаміка обсягу продажів бутильованої води в Україні за період з 2020 по 2024 рік відображає змінну ситуацію на ринку. У 2020 році обсяг продажів становив 19,04 млрд грн, а в 2021 році ринок виріс на 24%, досягнувши 23,65 млрд грн. Однак, у 2022 році відбулося зниження продажів на 15 до 20,09 млрд грн.

Діаграма 1.3.2.1

Динаміка обсягу реалізації бутильованої води в Україні за 2020 – 9 міс 2024 рр., у грошовому вираженні, млрд грн, %



Джерело: за даними Державної служби статистики України, оцінка Pro-Consulting

У 2023 році ринок відновився з приростом на 49%, досягнувши 29,91 млрд грн. Перші 9 місяців 2024 року показують подальше зростання, з обсягом продажів 23,69 млрд грн, що є позитивним сигналом для майбутніх тенденцій на ринку. Таким чином, після спаду в 2022 році, ринок бутильованої води стабільно відновлюється, демонструючи оптимістичні прогнози щодо зростання в найближчі роки.

1.4. Сегментація і структурування ринку (за видами, походженням, оцінка тіньового сегмента)

Ринок бутильованої води в Україні повністю орієнтований на внутрішнє виробництво, а частка імпорту залишається незначною. Українські виробники забезпечують понад 98% споживання, що стосується як газованої, так і негазованої води, частка імпорту складає 1,5-1,7 %.

Домінування української води пояснюється розвиненим внутрішнім виробництвом, яке повністю задовольняє попит. Українська продукція виграє завдяки доступності, оптимальному співвідношенню ціни та якості, а також відсутності логістичних і митних витрат, що робить її економічно вигіднішою. Імпортна вода залишається переважно у преміальному сегменті, де головну частку займає "Боржомі", яка становить 74% всього імпорту у 2024 році.

Газована вода має вищий обсяг виробництва та споживання. У 2024 році її ємність газованої досягла 1008,4 млн літрів, що на 15% більше, ніж у 2023 році. Негазована вода зростає схожими темпами, проте загальний обсяг її ринку менший і у 2024 році склав 780,4 млн літрів.

Діаграма 1.4.1

Структура ринку мінеральної води за типом води в Україні, 2023-2024 рр. в натуральному вираженні, %



Джерело: за даними Державної служби статистики України, оцінка Pro-Consulting

За оцінками експертів ринку, частка нелегальної бутильованої води у категорії газованої та негазованої води до 2 л становить близько 15%. Основним каналом розповсюдження такої продукції є невеликі роздрібні точки, стихійні ринки, продажі через дрібних оптовиків та інтернет-платформи без належної сертифікації.

У сегменті негазованої води об'ємом 3–5 л частка тіньового ринку до 20%, оскільки дрібні компанії можуть використовувати неповну або неточну звітність, а також реалізовувати продукцію через ФОП без повного відображення обсягів продажу. Це дозволяє їм уникати значної частини податкових зобов'язань та знижувати собівартість.

2. Основні оператори ринку (виробники та імпортери)

2.1. Перелік основних операторів ринку і їх структурування (загальна інформація, види діяльності і спеціалізація; товарні групи, торгові марки і асортимент)

ВИРОБНИКИ	
	ІП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИЗ УКРАЇНА ЛІМІТЕД» Адреса: Київська обл. 07442, Броварський район, смт Велика Димерка, вул. Українська, 1 Сайт: https://ua.coca-colahellenic.com/ Електронна пошта: ccbu@cchellenic.com Телефон: 044 490 07 07 Код ЄДРПОУ: 21651322 КВЕД: 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки Дохід: 3 кв. 2024 рік – 12777,76 млн грн; 2023 рік – 13940,36 млн грн; 2022 рік – 8350,97 млн грн; 2021 рік – 9194,88 млн грн
	Іноземне підприємство «Кока-Кола Беверіджиз Україна» - один із лідерів на українському ринку безалкогольних напоїв, перший завод компанії в Україні відкрився у Львові 1994 року. 1998 року запрацював завод компанії «Кока-Кола Беверіджиз Україна» біля міста Бровари. Компанія виробляє безалкогольні напої, включно з чотирма світовими брендами: Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Fanta та Sprite. В Україні представлений широкий асортимент інших газованих та негазованих напоїв і води, чаю, соків. ТМ: BonAqua, Burn, Coca-Cola, Coca-Cola Energy, Fanta, Fuzetea, POWERADE, Rich, Schweppes, Sprite. BonAqua – природна мінеральна вода, що добувається з підземних джерел, екологічно чиста і не потребує обробки. Вода BonAqua походить з Сеноманського та Юрського водних горизонтів, глибиною у 220 та 380 метрів відповідно. З моменту видобутку і до розливу у пляшки, BonAqua проходить тільки механічну фільтрацію. Напій представлений у скляних пляшках 0,33 л та ПЕТ-пляшках 0,5 л, 1 л та 1,5 л, за видом - негазована, слабогазована та сильногазована.
	«IDS UKRAINE» Адреса: Україна, 01014, м. Київ вул. Болсуновська, буд. 13-15 Сайт: https://www.ids.ua/ Електронна пошта: pr@morshynska.ua Телефон: 0-800-508-881 Код ЄДРПОУ: 24364528 КВЕД: 46.39 Неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами Дохід групи компаній: 3 кв. 2024 рік – 4764,25 млн грн; 2023 рік – 4687,73 млн грн; 2022 рік – 4100,53 млн грн; 2021 рік – 4824,52 млрд грн
	«IDS Ukraine» — виробляє природні мінеральні води на заводах, що розташовані в Миргороді та Моршині. «IDS Ukraine» існує на основі стратегічного партнерства таких підприємств: • Моршинський завод мінеральних вод «Оскар»; • Миргородський завод мінеральних вод; • Дистрибуційна компанія «ІДС»; • ІДС «Aqua Service» (оператор доставки води та супутніх товарів My Water Shop). ТМ: Моршинська, Моршинка, Миргородська, Миргородська Лагідна, Aqua Life, Аляска.



Моршинська (ПРАТ МЗМВ ОСКАР) – походить з Прикарпаття з моршинської долини, що розташована в курортному регіоні поблизу східного схилу Карпатського хребта. Мінеральна вода «Моршинська» розливається на заводі «Оскар» неподалік від джерела, є природною джерельною водою (столова), на поверхні вода потрапляє у спеціальні водозбірні споруди — каптажі, які захищають джерела і воду від зовнішніх впливів, перед розливом проходить лише через механічні піщані фільтри. Напій представлений у скляних пляшках 0,33, 0,5 та 0,75 л та ПЕТ-пляшках від 0,33 л до 18,9 л, негазована, слабогазована та сильногазована. ТМ Моршинська виробляє також воду для спорту (Моршинська Спорт), для немовлят (Моршинка), для дітей (Моршинська спорттик), для підлітків (Моршинська Teens), мінеральну воду з додаванням натуральних соків (Моршинська Лимонада), енергетичні напої (Воля)



Миргородська (ПРАТ «МИРГОРОДСЬКИЙ ЗАВОД МІНЕРАЛЬНИХ ВОД») – мінеральна хлоридно-натрієва вода з насиченим солонуватим присмаком, видобувається з Миргородського родовища мінеральних вод. Розливається безпосередньо на місці видобутку. В лінійці ТМ Миргородська представлені 2 лінійки, які відрізняються одна від одної за рівнем насиченості мінералами та газацією, в пет-пляшках розміром 0,5 л та 1,5 л. Миргородська сильногазована - видобувається з родовища зі свердловини глибиною 700 м, являється лікувально-столовою. Слабогазована та негазована вже має назву Миргородська Лагідна, має менший рівень мінералізації, оскільки вона видобувається з більш молодого родовища глибиною 76 м – є столовою водою.



AquaLife (Аква-Лайф) – столова негазована вода, підходить як для вживання в "сирому" вигляді, так і в якості основи для приготування страв, видобувається з глибоких джерел. Представлена в пет-пляшках об'ємом 5 л

Аляска – походить з підземних джерел, столова негазована вода, представлена лише в бутлях місткістю 18,9 л.

ДП ПРАТ «ОБОЛОНЬ КРАСИЛІВСЬКЕ»

Адреса: Україна, Хмельницька область, Красилів, вул. Будівельна, 3
Сайт: <https://obolon.ua/ua>

Електронна пошта: obolon@kr.obolon.ua

Телефон: (03855) 4-42-19, 4-52-99, 4-42-16

Код ЄДРПОУ: 22985686

КВЕД: 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки

Дохід: 3 кв. 2024 рік – 1067,38 млн грн;

2023 рік – 1119,18 млн грн;

2022 рік – 772,22 млн грн;

2021 рік – 590,39 млн грн



ДП ПРАТ «ОБОЛОНЬ КРАСИЛІВСЬКЕ» входить до корпорації ОБОЛОНЬ – корпорація з виробництва мінеральної та питної води, пива, слабоалкогольних напоїв. Компанія має дозволи на гуртову та роздрібну торгівлю напоями та діяльність транспортних агентств. До складу компанії входять головний завод у Києві з віддаленими виробництвами в Олександрії та Чемерівцях Хмельницької області.

ТМ: Оболонська, Прозора, Збручанська 77, Охтирська, Аквабаланс, Живчик, Квас старокиївський, Оболонь, Nike, BeerMix, Зібберт, Carling, Zlata Praha, Жигулівське, Десант, HadrmiX, Piwny kubek, Южанка, Охтирське, Ciber, Keten Brug, Pubster, Рідний Шубін Світле, Марочне 1913, Дівчина з півдня, DZEN, Sidro Villa Bianca.

Оболонська – природна мінеральна столова гідрокарбонатна хлоридна вода складного катіонного складу. Видобувається з артезіанської свердловини глибиною 290 м, після чого очищується за допомогою гравійно-пісочних фільтрів, донасичується двоокисом вуглецю і розливається в пляшки. Сильногазована доступна в пет-пляшках ємністю 1 л, 1,5 л та 2 л, Слабогазована в пет-пляшках 1,5 л. Також є вода з додаванням натуральних ароматизаторів – зі смаком лайма та м'яти, лимоном і апельсином, грейпфрута та імбиру, лимона та апельсина, ментол, лимон.



Оболонська-2 - вода мінеральна природна столова, належить до групи вод гідрокарбонатних складного катіонного складу. Видобувається з артезіанської свердловини у Красиліві, вода з метакремнієвою кислотою. Є негазована та сильногазована в пет-пляшках 0,5 л, 1л, 2 л.



Оболонська-артезіанська – видобувається із артезіанської свердловини глибиною 120 м та проходить 9 ступенів очищення. Підходить для щоденного вживання та приготування їжі. В продажах лише велика пет-пляшка 6л.

Прозора – природна питна вода, яка видобувається із артезіанських свердловин глибиною 120 м та проходить жорсткий мікробіологічний контроль якості. Представлена негазована в пет-пляшках 0,5 л, 1,5 л та 6 л. Сильногазована – 0,5 л та 1,5 л



Збручанська 77 – лікувально-столова вода, характеризується як гідрокарбонатна магнієво-натрієва різного катіонного складу. Рівень мінералізації коливається від 0,6 г/дм³ до 1 г/дм³, а загальний вміст органічних речовин складає 5-25 мг/дм³. Застосовується як лікувальна за призначенням лікаря як столовий напій у разі несистематичного вживання. Із медичних показань до вживання цієї води можна виділити захворювання кишково-шлункового тракту, жовчного міхура, печінки та нирок, цукровий діабет, ожиріння, неврози. Представлена в пет-пляшках 0,5 л та 1,5 л та в скляній – 0,5 л.

Охтирська – столова сильногазована вода, підходить для регулярного щоденного вживання. Виробник – ПрАТ "Охтирський пивоварний завод" (Сумська обл.) Доступна в пет-пляшці 1,5 л.



Аквабаланс – добувається із артезіанських свердловин глибиною до 297 м. Має збалансований мінеральний склад, підходить для щоденного вживання та приготування їжі. Під час очищення проходить через пісочний фільтр, завдяки невисокій мінералізації (225 мг/дм³). Доступна лише в бутлях – 18,9 л.

ПП ВФ «ПАНДА»

Адреса: Україна, 21022, м. Вінниця, вул. Сергія Зулінського, 46-Б

Сайт: <https://karavan.net.ua>

Електронна пошта: office@karavan.net.ua

Телефон: (0432) 554-812

Код ЄДРПОУ: 13307734

КВЕД: 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки

Дохід: 3 кв. 2024 рік – 802,55 млн грн;

2023 рік – 1049,41 млн грн;

2022 рік – 856,24 млн грн;

2021 рік – 584,66 млн грн



ПП «ВФ «ПАНДА» – займається виробництвом безалкогольних напоїв та питної води. Потужність виробництва становить близько 0,5 млн пляшок на добу. Свердловини через які добувають продукцію, знаходяться в районі Михайлівського лісництва державного підприємства «Вінницьке лісове господарство»

ТМ: Караван Артезіанська, Караван сокова група та Караван лимонадна група.

Артезіанська – питна оброблена вода з артезіанських свердловин Стрижавсько-Бузького родовища глибиною до 102 м. Проходить механічну фільтрацію через активоване вугілля та кварцовий пісок, з мінералізацією 0,4-0,7 г/дм³. Сильногазована – з високим вмістом вуглекислоти, в пет-пляшка 0,5 л та 1,5 л. Негазована – пет-пляшки 0,5 л, 1,5 л та 6л. На основі артезіанської води компанія виробляє сокові та лимонадні напої з додаванням натуральних соків.



**ТОВ-ПІДПРИЄМСТВО «ІЗУМРУД ЛТД»**

Адреса: Україна, 39623, Полтавська обл., місто Кременчук, вул. Лізи Чайкіної, будинок 37

Сайт: <https://buvette.ua/>

Електронна пошта: marketing@malbi.dp.ua

Телефон: 380567945505

Код ЄДРПОУ: 13931059

КВЕД: 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки

Дохід: 3 кв. 2024 рік – 610,22 млн грн;

2023 рік – 769,77 млн грн;

2022 рік – 652,85 млн грн;

2021 рік – 495,45 млн грн

Продукція виробляється на заводі мінеральних вод та безалкогольної напоїв «Ізумруд». Розлив напоїв йде в три зміни, в середньому завод виробляє п'ятсот п'ятдесят тисяч пляшок на день. Родовище мінеральних вод знаходиться в селі Майбородівка Полтавської області, на території родовища освоєні відразу 3 артезіанських джерела. Найглибше джерело знаходиться на глибині 114 метрів від поверхні землі.

TM: Buvette

Buvette Vital № 3 – добувається з артезіанської свердловини глибиною в 44 м, столова вода мінеральна гідрокарбонатна, сульфатно-гідрокарбонатна, різного катіонного складу, підходить для щоденного використання. Представлена у двох формулах: слабогазована та негазована, в пет-пляшках 0,5 л, 0,75 л, 1,5 л та 5 л (лише негазована). Представлена також дитяча лінійка в пляшках 0,33 л, спортивна лінійка в форматі 0,75 л.

На основі Buvette Vital № 3 було створено Buvette Vitamin Water, Buvette healthy tea та Buvette Fruit water.



Buvette №5 – природньо-мінеральна, лікувально-столова вода. Видобувається відразу з двох свердловин з різним мінеральним складом. Сприяє виведенню шлаків з організму. застосовується як лікувальна за призначенням лікаря і як столовий напій у разі несистематичного вживання. Лише сильногазована в пет-пляшках – 0,5 л, 0,75 л, 1,5 л.

Buvette 7 – мінеральна вода лікувально-столова хлоридно-натрієва сильногазована, має найвищий склад мінералізації із всіх представлених вод Buvette. Покращує процеси травлення, знімає тяжкість у шлунку, нормалізує тонус вегетативної нервової системи, відновлює сольовий баланс в організмі. Застосовується як лікувальна за призначенням лікаря і як столовий напій у разі несистематичного вживання. Доступна в пет-пляшка 0,5 л, 0,75 л, 1,5 л.

**ТОВ ВК «АВАЛОН ГРУП»**

Адреса: Україна, Київська область, смт Немішаєве, вул. Джерельна, 33

Сайт: <https://avalongroup.com.ua/>

Електронна пошта: info@avalongroup.com.ua

Телефон: +380 50 205 1918

Код ЄДРПОУ: 41985066

КВЕД: 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки

Дохід: 3 кв. 2024 рік – 82,80 млн грн;

2023 рік – 116, 17 млн грн;

2022 рік – 1,32 млн грн;

Авалон груп – спеціалізується на виробництві питної води з артезіанської свердловини глибиною 108 м. Крім питної води до асортименту компанії входять безалкогольні напої.

TM: Avalon

Avalon – природня джерельна вода, яка проходить механічну фільтрацію за сорбиційним очищенням. Представлена в трьох формулах: негазована, слабогазована та сильногазована.

Слабогазована та сильногазована в об'ємах 0,5 л, 1,5 л та 2 л. Негазована – 0,5 л, 1,5 л, 2 л, 6 л та 18,9 л





ТОВ «АРІОН»

Адреса: Україна, Івано-Франківська обл., Тисменицький р-н, с. Драгомирчани, вул. Шкільна, 16

Сайт: <https://arion.ua/>

Електронна пошта: arion@email.ua

Телефон: +38 (067) 558 21 71

Код ЄДРПОУ: 31001486

КВЕД: 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки

Дохід: 3 кв. 2024 рік – 77,06 млн грн

2023 рік – 75,81 млн грн;

2022 рік – 55,35 млн грн;

2021 рік – 35,66 млн грн

Підприємство займається лише виробництвом мінеральної води,

ТМ: Джерело Якова, Девайтіс

Джерело Якова – походить з джерела мінералізованих вод з цілющими властивостями.

Лікувально-столова вода, за природним вмістом йоду є унікальною на території Європи.

Джерело Якова містить до 200 мкг природного йоду, що є добовою нормою для дорослих

та підлітків. Зміцнює роботу щитовидної залози, регулює діяльність ендокринної, імунної

та нервової систем, підвищує розумову активність. Покращує обмін речовин, стабілізує

кислотність шлунку, позбавляє від печії та запобігає шлунково-кишковим

захворюванням. Стабілізує рівень цукру в крові, виводить токсини та радіонукліди.

Вода є слабогазованою та представлена в пет-пляшках об'ємом 0,5 л та 1,5 л і в склі – 0,5 л.



Девайтіс – столова мінеральна вода, проходить процес природної фільтрації без додаткового

очищення. Представлена в трьох різних формулах – негазована, слабогазована та

сильногазована. Має спортивну лінійку пет-пляшка 0,5 л. Слабогазована та сильногазована

представлена у пет-пляшках 0,5 л, 1,5 л, і 2 л, та у склі – 0,5 л. Негазована у пет-пляшках 0,5

л, 1,5 л, 2 л та 5 л, скло – 0,5 л.

ТОВ «АКВАПЛАСТ»

Адреса: 49008, Україна, м. Дніпро, вул. Макарова, 8д

Сайт: <http://aquaplast.com.ua/kompaniya-akvaplast>

Електронна пошта: info@aquaplast.org.ua

Телефон: 0562) 343-000

Код ЄДРПОУ: 30927520

КВЕД: 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки

Дохід: 3 кв. 2024 рік – 588,08 млн грн;

2023 рік – 689,41 млн грн;

2022 рік – 480,17 млн грн;

2021 рік – 410,11 млн грн

Аквапласт займається виробництвом та реалізацією питної води та газованих напоїв.

ТМ: Ранкова роса, Фрутс, Дніпровський гостовський, Aqua Naturale, Арабелла, Synergie.



Ранкова роса – питна столова вода, проходить через кілька етапів очищення. Спочатку

механічне очищення, після цього очищення від органічних сполук природного походження.

Далі вода фільтрується за допомогою активованого вугілля, що дозволяє усунути

ароматичні речовини, хлор та інші органічні сполуки. Після цього тонке механічне

очищення, щоб видалити дрібні частки активованого вугілля. Слідом йде бактерицидне

очищення, вода обробляється за допомогою ультрафіолетових ламп до стану

мікробіологічної чистоти. Вода «Ранкова роса» не піддається хімічним діям, а

також знесоленню. Готова вода має природну мінералізацію в межах 100-300 мг

на 1 л. Негазована у пет-пляшках об'ємом 0,5 л, 1 л, 2 л, 6 л та в бутлі 18,9 л.

Сильногазована в пет-пляшках 0,5 л, 1 л та 2 л

Aqua Naturale – видобувається з власної артезіанської свердловини Межиріцького

родовища, що володіє балансом корисних мінералів. Придатна для щоденного споживання

і має низьку жорсткість. Негазована у пет-пляшках об'ємом 0,5 л, 1 л, 1,5 л, 6 л та в бутлі 18,9

л. Сильногазована та слабогазована в пет-пляшках 0,5 л, 1 л та 1,5 л.





ТДВ «СВАЛЯВСЬКІ МІНЕРАЛЬНІ ВОДИ»

Адреса: 89300, Україна, Свалявський р-н, Закарпатська обл., м. Свалява

Сайт: <https://polyana-kvasova.com.ua/>

Електронна пошта:

Код ЄДРПОУ: 00371512

КВЕД: 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки

Дохід: 3 кв. 2024 рік – 313,06 млн грн;

2023 рік – 424,45 млн грн;

2022 рік – 305,90 млн грн;

2021 рік – 240,64 млн грн.

ТМ: Поляна Квасова, Лужанська, Свалява

Мінеральні води “Поляна Квасова”, “Свалява”, “Лужанська” розливаються на потужностях заводу, що входить в Лужанське заводоуправління. Виробництво Закарпатських мінеральних вод здійснює об'єднання “Свалявські мінеральні води”. У 1997 році завод був повністю модернізований, почався розлив мінеральної води в ПЕТ-упаковку. Наразі генеральним дистриб'ютором продукції підприємства є Корпорація “Українські мінеральні води”.

Поляна Квасова – це гідрокарбонатна натрієва вода боржомського підтипу з мікроелементами і лікувальної вуглекислою, з рівнем мінералізації 6,5-12 г/л, проходить лише природне очищення. Рекомендована пацієнтам з порушенням роботи шлунково-кишкового тракту і хворобами нирок, нейтралізує підвищену кислотність шлунку, і ефективність її олузнюючих властивостей близька до дії 1% розчину питної соди. Представлена в склі 0,5 л та пет-пляшці 1,5 л.



Лужанська – гідрокарбонатна натрієва лікувально-столова вода, володіє помірно-мінералізованим складом, що робить її придатною для профілактики різних захворювань. За своїми властивостями близька до води «Боржомі». Підходить для щоденного вживання. “Лужанська” рекомендована пацієнтам з високою кислотністю, гострими захворюваннями шлунку, при ожирінні. Полегшує похмільний синдром. Представлена в склі 0,5 л та пет-пляшці 1,5 л.

Свалява – за хімічним складом вода «Свалява» відноситься до середньо-мінералізованим вуглекислими борним гідрокарбонатно-натрієвим водам. Видобуток її відбувається на глибині 200 метрів. Є лікувально-столовою та входить до групи лужних мінеральних вод. Рекомендована як дижестив, для поліпшення травлення, при підвищеній кислотності шлунку, є буферним розчином, що володіє впливом на кислотно-лужний баланс організму при випадках метаболічного ацидозу, в тому числі при ожирінні, цукровому діабеті. Вода володіє загальними оздоровчими властивостями, покращує і відновлює роботу печінки, жовчних проток, регулює травлення і обмін речовин, очищає нирки. Представлена в пет-пляшці 1,5 л.





ПРАТ «ЕРЛАН»

Адреса: вул. Берегова, 135, м. Дніпро, 49021, Україна

Сайт: <https://biola.ua/ua/>

Електронна пошта: info.mail@biola.ua

Телефон: +38 056 789 94 01

Код ЄДРПОУ: 24616119

КВЕД: 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки

Дохід: 3 кв. 2024 рік – 296,72 млн грн;

2023 рік – 391,54 млн грн;

2022 рік – 300,83 млн грн;

2021 рік – 218, 74 млн грн

ПРАТ «Ерлан» – український виробник соків та нектарів, солодких газованих напоїв, мінеральної води холодного чаю та енергетиків з 1997 р. До групи компаній входять два виробничі майданчики: у Дніпрі та Києві, сукупна проектна потужність яких понад 1 млрд пляшок на рік. Продукція компанії представлена в Україні, а також у країнах Європейського Союзу, США, Ізраїлі, Лівії, Грузії, Казахстані, Молдові, Таджикистані.

ТМ: Біола, **знаменівська**, **два океани**, літо, бріз, енерго, **каліпсо**

Каліпсо – природно столова вода, видобувається в Київській області, на глибині 320 метрів, в підземному родовищі, яке відноситься до Юрського періоду. Вода “Каліпсо” володіє мінеральним складом з характерним високим вмістом магнію і кальцію. Підходить для щоденного вживання. Дві формули та 3 об’єми. Негазована та сильногазована в пет-пляшках 0,5 л, 1 л та 1,5 л.



Знаменівська – видобувається в курортній зоні «Солоний Лиман» поблизу сіл Знаменівка і Новотроїцьке в Дніпропетровській області на глибині 170 м. Джерело багате на кремній. «Знаменівська» – це природна мінеральна вода, що має аква-баланс мінералів і мікроелементів. Особливі властивості цієї води вміст у ній сполук кремнію. Сильногазована об’ємом 0,5 л, 1,5 л та 2 л. Негазована 0,5 л, 1,5 л, 2 л та 5 л.

Два океани – для виробництва води застосовуються спеціальні сучасні технології м’якої доочистки, які базуються на природних способах фільтрації, це дозволяє зберегти всі корисні властивості води, але, крім цього, позбавити воду від шкідливих домішок. Вода “Два океани” підходить для щоденного вживання, володіє оптимальним рівнем мінералізації – 0,5 г / л. Підходить як і для щоденного вживання, так і для приготування їжі. Газована вода об’ємом в 0,5 л та 2 л у пет-пляшках. Негазована 0,5 л, 2 л та 6 л.





ТОВ ПП «ЕКОНІЯ»

Адреса: м. Київ, вул. Вадима Гетьмана, 1Б.

Сайт: <https://www.econia.com.ua/>

Електронна пошта: office@econia.com.ua

Телефон: +38(044)2063638

Код ЄДРПОУ: 35233190

КВЕД: 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки

Дохід: 3 кв. 2024 рік – 179,80 млн грн;

2023 рік – 292,07 млн грн;

2022 рік – 257,10 млн грн;

2021 рік – 182,54 млн грн

Холдинг Еконія - виробничо-комерційна компанія здорового харчування та питної води для маленьких та дорослих споживачів. Має виробничі потужності в Україні, Європі, в тому числі в Молдові, Сербії, Бельгії.

ТМ: Малятко, Акваля, DIVO, ЙОДО, Чистий ключ

Йодо – йодована мінеральна вода, створюється на основі води зі збалансованим складом, який видобувається в екологічно чистому джерелі в місті Золотоноша на Черкащині. У процесі виробництва вода збагачується іонами йоду, із застосуванням способу йодування

Вода «Йодо» забезпечує профілактику йододефіциту людини. ЙОДО має м'який смак без запаху і присмаку йоду, тому підходить для щоденного пиття та приготування їжі. Газована та негазована в пет-пляшках об'ємом 0,5 л та 1,5 л.



Чистий ключ – джерело, з якого видобувається вода з природною системою фільтрації. Вода столова, м'яка, завдяки вмісту мінеральних солей та мікроелементів відновлює водно-сольовий баланс, рекомендована для щоденного вживання без будь-яких обмежень. Вода представлена лише в пет-пляшках. Негазована об'ємом 0,5 л, 1,5 л, 6л та спортивна лінійка 0,5 л, газована – 0,5 л та 1,5 л.



DIVO – звичайна питна вода, випущена компанією з метою надихати українців до творчості та залучення в майбутньому до соціальних проєктів. Вода випускається колекціями, на пляшках щоразу нові етикетки з темами музики, фешн, мандри, та патріотичною символікою.

Представлена в двох формулах, газована та негазована з незвичними розмірами пет-пляшок 0,7 л та 1,2 л. Має спортивну лінійку 0,7 л.



Акваля – дитяча негазована вода, у процесі водопідготовки вода проходить 10-ти рівневу систему очищення через станції подачі, розподілу, аерації, а також систему каскадної фільтрації й станцію знезараження, в результаті вода набуває особливі властивості м'якості та чистоти, абсолютно безпечна й екологічна. Вода "Акваля" рекомендована для щоденного пиття і приготування дитячих сумішей і зручна для домашнього використання. Об'ємом 0,5 л, 2 л та 6 л.

Малятко – питна дитяча вода, із важливими мікроелементами – кальцій, калій, фтор, йод та магній. Вода рекомендована для щоденного пиття і приготування дитячих сумішей і зручна для домашнього використання, об'ємом 0,33 л, 1,5 л та 5 л.





ТОВ «КАРПАТСЬКІ МІНЕРАЛЬНІ ВОДИ»

Адреса: 80743, Україна, Золочівський р-н, Львівська обл., село Струтин, вулиця Зарицького Олексія, будинок 2

Сайт: <https://kmw.com.ua/>

Електронна пошта: office@kmw.com.ua

Телефон: +38 067 461 75 72

Код ЄДРПОУ: 31778022

КВЕД: 11.07 Виробництво безалкогольних напоїв; виробництво мінеральних вод та інших вод, розлитих у пляшки

Дохід: 3 кв. 2024 рік – 194, 91 млн грн;

2023 рік – 204,91 млн грн;

2022 рік – 146,63 млн грн;

2021 рік – 112,12 млн грн.

«Карпатські мінеральні води» є національним виробником мінеральних вод і безалкогольних напоїв. Підприємство розташоване на Струтинському родовищі прісних підземних вод в регіоні Західної України. Родовище належить до Волино-Подільського артезіанського басейну.

ТМ: Карпатська Джерельна, Фруктова Джерельна, Соковинка, Dragon

Мінеральна вода «Карпатська Джерельна» видобувається з двох артезіанських свердловин на глибині 90 метрів із природного джерела. В процесі розливу вода проходить фільтрацію тільки від механічних домішок і зберігає всі корисні природні мікроелементи. Хімічний склад підземних вод відноситься до гідрокарбонатно-кальцієвого із мінералізацією 0,3-0,8 г/літр. Рекомендована для щоденного вживання.

Представлена у трьох формулах: газована, слабогазована та сильногазована.

Негазована доступна в пет-пляшках – 0,5 л, 1 л, 1,5 л, 2 л, 6 л, 18,9 л та в склі 0,5 л. Є спортивна лінійка 0,5 л. Слабогазована в пет-пляшках – 0,5 л, 1 л, 1,5 л, 2 л. Сильногазована в пет-пляшках – 0,5 л, 1 л, 1,5 л, 2 л та в склі 0,5 л.



ІМПОРТЕРИ

IDS «BORJOMI GEORGIA»

BORJOMI

Адреса: Georgia, Bidzina Kvernadze st. 100171 Tbilisi

Сайт: <https://borjomi.com/ua>

Телефон: +995 32 2 484 484

17,57 млн дол. продукції імпортували до України у 2024 році

Виробник «Borjomi» – компанія IDS Borjomi Georgia є частиною міжнародного холдингу IDS Borjomi International і випускає ще три різновиди мінеральної води – «Лікані», «Джерела Боржомі» і «Бакуріані».

Вода «Borjomi» піднімається з 10 свердловин, джерела глибиною в 1500 м. Боржомі є лікувально-столовою водою, володіє природною газацією і збагачена 60 видами мінералів, має вулканічне походження і виходить на поверхню землі в теплом вигляді. Експортується в понад 40 країн світу.

«Borjomi» корисна людям будь-якого віку, показана при захворюваннях шлунково-кишкового тракту, зміцнює імунітет, підвищує загальний тонус, регулює обмін речовин, сприяє виведенню шлаків, запобігає виникненню карієсу. Крім мінеральної води IDS Borjomi Georgia випускає лимонади.

Боржомі представлена в залізній банці об'ємом 0,33 л, у склі – 0,33 л та 0,5 л, і в пет-пляшці – 0,5 л, 0,75 л, 1л та 1,25 л.





JSC «HEALTHY WATER»

Адреса: Village Nabeghlavi, 4915, Choknatauri Municipality, Georgia
Сайт: https://healthywater.ge/en_GB
Телефон: +995 322 242324
Електронна пошта: info@healthywater.ge
У 2024 році імпортували до України продукції на 1.21 млн дол

JSC HEALTHY WATER – компанія знаходиться в Грузії, володіє заводом з виробництва мінеральної та джерельної води, фруктових соків, енергетичних та інших безалкогольних напоїв.

TM: Nabeghlavi, Bachmaro, Buga, Geonatuta, Rauch

«Набеглаві» – це натуральна вуглекисло-гідрокарбонатно-натрієва вода. Вона формується на глибині 2000-3000 м, насичуючись мінералами та мікроелементами з водомістких порід. Джерело мінеральної води «Набеглаві» розташовується в західній частині Грузії, в півтора кілометра від джерела побудований завод по розливу води в пляшки. Глибина свердловин з видобутку води досягає 180-1200 метрів. Набеглаві» – це природно-газована вода, але її ще додатково збагачують натуральним вуглекислим газом перед розливом. Лікувально-столова вода представлена в склі 0,5 л, пет-пляшка 0,5 л та 1 л.



ACQUA MINERALE «SAN BENEDETTO»

Адреса: Венеція, Італія
Сайт: <https://www.sanbenedetto.it/en>
0.44 млн дол продукції імпортували до України у 2024 році

Acqua Minerale San Benedetto S.p.A - міжнародна компанія з виробництва безалкогольних напоїв, розташована в італійському регіоні Скорце (провінція Венеції). Виробничі потужності в Скорце, Пополі, Донато, Непі, Віджинелло, Атела, а також в Іспанії, Польщі та Угорщині.

TM: San Benedetto, Guizza, Energade

Мінеральна вода «San Benedetto» володіє невисоким рівнем мінералізації і збалансованим складом мінералів і солей. Представлена в двох формулах: негазована та газована. Випускають дитячу лінійку та спортивну. Газована і негазована представлена у склі – 0,25 л, 0,75 л та пет-пляшках – 0,5 л, 1,5 л та 2 л.



«S. PELLEGRINO»

Адреса: Località Ruspino, 24016 San Pellegrino Terme (BG) Italy
Сайт: <https://www.sanpellegrino.com/ca/en-ca>
У 2024 році імпортували до України продукції на 0.80 млн дол

S. Pellegrino – італійський виробник мінеральної води та безалкогольних напоїв. У 1999 році бренд «S. Pellegrino» викупила компанія «Nestle».

Природна лікувально-столова мінеральна вода «S. Pellegrino» з природною газацією відноситься до бікарбонатно-сульфатних кальцієво-магнієвих мінеральних вод. Вона добувається з джерела «San Pellegrino» на глибині 500 метрів, проходить природну фільтрацію і насичується натуральним газом джерела в «Monterpulsiano». Мінеральний склад води «S. Pellegrino» робить позитивний вплив на травну систему, сприяє нормалізації функції нирок і виведенню шлаків з організму. Італійська вода «S. Pellegrino» рекомендована для щоденного вжитку. В наявності лише газована у склі 0,5 л та пет-пляшка 1 л.





«EVIAN»



Адреса: Франція

Сайт: https://www.evian.com/en_int/

У 2024 році імпортували до України продукції на 0.63 млн дол

Компанія Evian займається виробництвом мінеральної води з 1789 року у місті Евіан-ле-Бен, Франція. В 1970 компанію придбала «Danone». Компанія експортує продукцію більш ніж в 120 країн по всьому світу.

Evian видобувається з джерела, розташованого у французьких Альпах. До підйому на поверхню землі вода проходить природну, повільну (2 см на добу) фільтрацію.

Комплекс мінералів води «Evian» відмінно збалансований, відрізняється низьким вмістом нітратів, вода рекомендована при дієтичному харчуванні, при лікуванні й профілактиці урологічних захворювань, вона нормалізує обмінні процеси в організмі та сприяє його очищенню, підходить для дітей з перших днів життя, літніх людей, вагітних. Вода лише не газована, представлена у склі – 0,33 л та 0,75 л, пет-пляшка – 0,33 л, 0,5 л, 0,75 л (спортивна лінійка), 1,5 л.



2.2. Частки ринку основних операторів ринку (бренди, виробники)

Група IDS Ukraine має в своєму складі 4 ключові операційні компанії а саме:

- ПрАТ «ІДС» – займається дистрибуцією продукції сегмента ПЕТ;
- ТОВ «ІДС АКВА СЕРВІС» – займається дистрибуцією продукції сегмента НОД;
- ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод Оскар» – виробництво продукції під торговими марками «Моршинська», «Моршинка», «Моршинська Лимонада», «Воля», «Аляска»;
- ПрАТ «Миргородський завод мінеральних вод» – виробництво продукції під торговими марками «Миргородська», «Миргородська Лагідна», «Аляска», «Аква Лайф»

При аналізі часток операторів було проаналізовано не загальну групу а відповідальні компанії за виробництво води – ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод Оскар» та ПрАТ «Миргородський завод мінеральних вод».

Компанія ІП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖІЗ УКРАЇНА ЛІМІТЕД» в основному займається виробництвом солодких безалкогольних напоїв і лише 2-5% від доходу займає виробництво питної води бренду BonAqua, проте звітність про доходи наводиться загальною від усіх продуктів компанії.

Частки основних операторів на ринку розраховані за рівнем доходів операторів та загальним обсягом продажів на ринку, дані наведені в таблиці 2.2.1

Таблиця 2.2.1

Частки основних ТМ на ринку бутильованої води в грошовому вираженні у 2022 – 2024 рр., %

ТМ	2022	2023	2024
Моршинська	32,73%	33,23%	33,48%
Карпатська Джерельна	6,76%	7,59%	8,38%
Поляна квасова	4,25%	4,77%	5,26%
Buvette	3,60%	4,03%	4,45%
Миргородська	4,74%	4,42%	4,31%
Оболонська	4,11%	3,39%	3,74%
Бон Буасон	1,90%	2,13%	2,35%
Лужанська	1,46%	1,64%	1,82%
Bonaqua	1,40%	1,56%	1,73%
Миргородська Лагідна	1,65%	1,54%	1,50%
Караван	1,00%	1,12%	1,24%
Aqualife	0,87%	0,97%	1,07%
Свалява	0,41%	0,46%	0,51%
Прозора	0,13%	0,14%	0,16%
Інші	35,00%	33,00%	30,00%

Джерело: за даними Clarity Project, оцінка Pro-Consulting

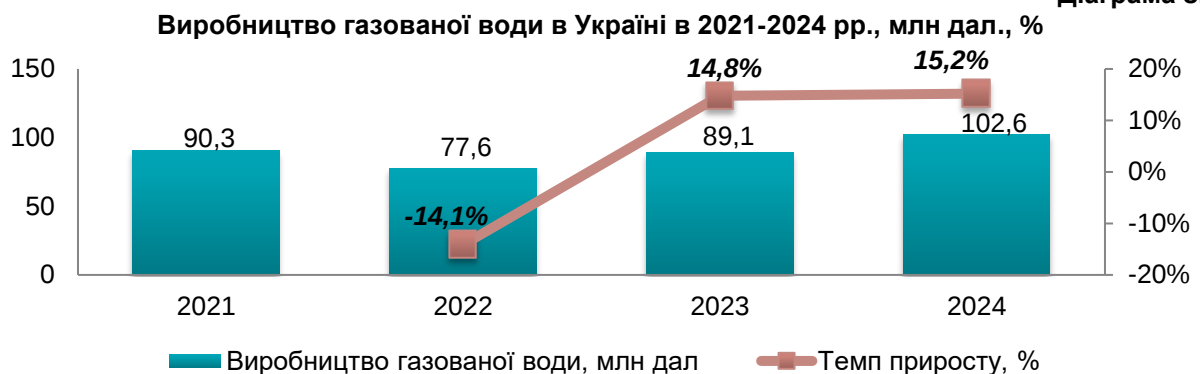
3. Виробництво питної води в Україні в 2021-2024 рр.

3.1. Динаміка виробництва в кількісних показниках

Газована вода є одним із найпопулярніших безалкогольних напоїв, попит на газовану воду стабільно високий, адже вона використовується не лише для втамування спраги, а й як заміник солодким газованим напоям. За останні чотири роки виробництво газованої води в Україні показувало різні тенденції.

У 2022 році обсяги впали на 14,1% порівняно з 2021 роком, що пов'язано з економічними факторами в країні. Проте вже у 2023 році спостерігалось зростання на 14,8%, а у 2024 році виробництво досягло 102,6 млн дал, що на 15,2% більше, ніж у попередньому році. Це свідчить про поступове відновлення ринку, стабілізацію споживчого попиту та ефективність адаптаційних заходів виробників.

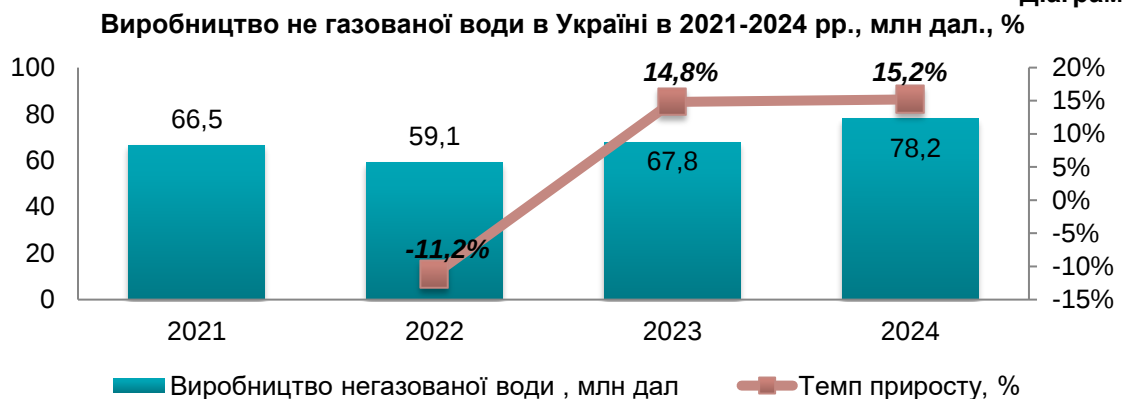
Діаграма 3.1.1



Джерело за даними Державної служби статистики України, оцінка Pro-Consulting

Динаміка виробництва негазованої води в Україні за 2021–2024 роки демонструє схожу тенденцію з ринком газованої води. У 2022 році відбулося зниження обсягів виробництва на 11,2%, у 2023 році виробництво зросло на 14,8%. У 2024 році зростання продовжилося, і обсяг виробництва склав 78,2 млн дал (+15,2%).

Діаграма 3.1.2



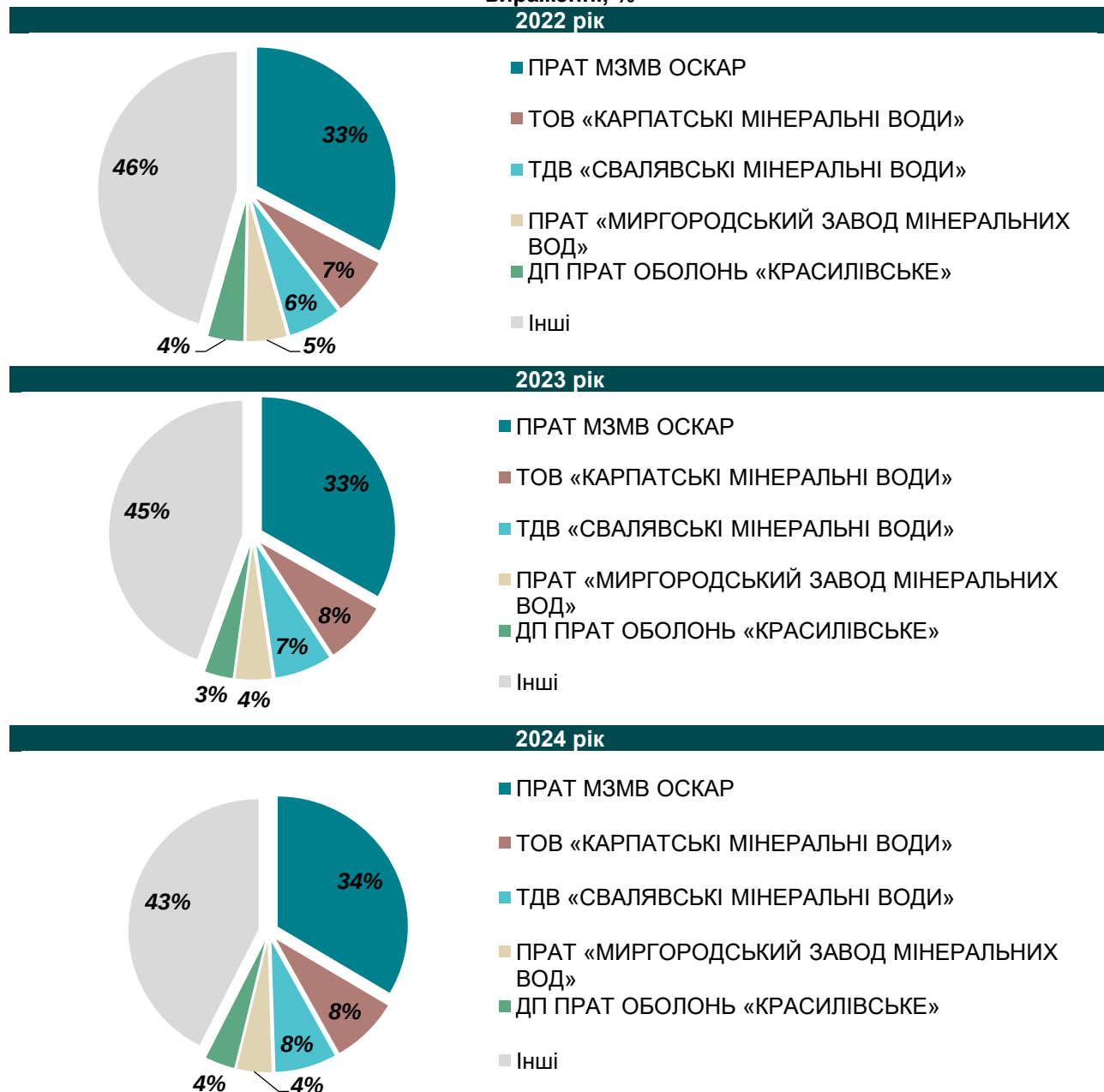
Джерело за даними Державної служби статистики України, оцінка Pro-Consulting

3.2. Частки виробників

Протягом останніх 4 років найбільшими виробниками в Україні питної води є ПРАТ «МЗМВ ОСКАР» (ТМ Моршинська), ПРАТ «МИРГОРОДСЬКИЙ ЗАВОД МІНЕРАЛЬНИХ ВОД» (ТМ Миргородська), ТДВ «СВАЛЯВСЬКІ МІНЕРАЛЬНІ ВОДИ» (ТМ Поляна Квасова, Лужанська, Свалява), ДП ПРАТ «ОБОЛОНЬ КРАСИЛІВСЬКЕ» (ТМ Оболонська), ТОВ «КАРПАТСЬКІ МІНЕРАЛЬНІ ВОДИ» (ТМ Карпатська Джерельна). Найбільшу частку виробництва на ринку займає ТМ Моршинська.

Діаграма 3.2.1

Частки виробників на ринку мінеральної води в Україні в 2022 – 2024 рр. в натуральному вираженні, %



Джерело: оцінка Pro-Consulting

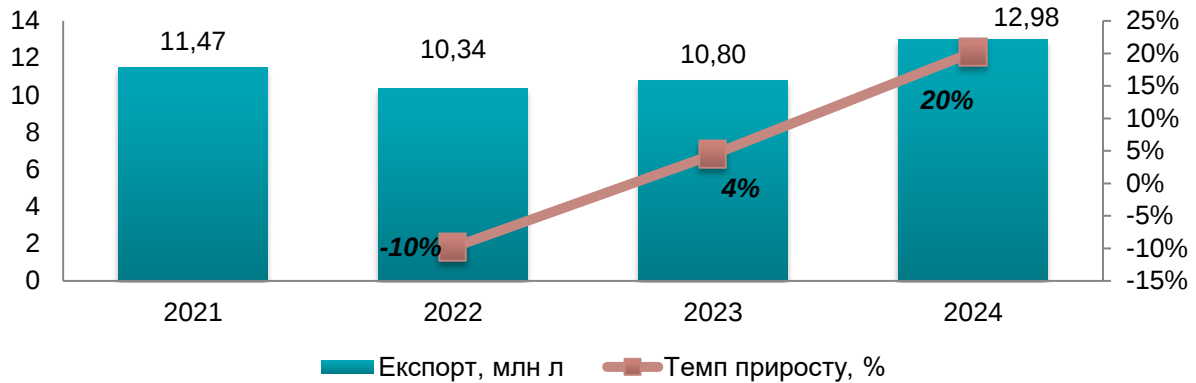
4. Зовнішня торгівля та ЗЕД

4.1. Експорт питної бутильованої води з України в 2021-2024 рр. (обсяги, географія)

Експорт бутильованої води в натуральному вираженні у 2022 році порівняно з 2021 роком знизився на 7% через повномасштабне вторгнення, складність логістики та закриття портів. У 2023 спостерігалось відновлення ринку, у 2024 році експорт перевищив довоєнні показники (приріст на 13%)

Діаграма 4.1.1

Експорт питної бутильованої води з України в 2021-2024 рр., в натуральному вираженні, млн л



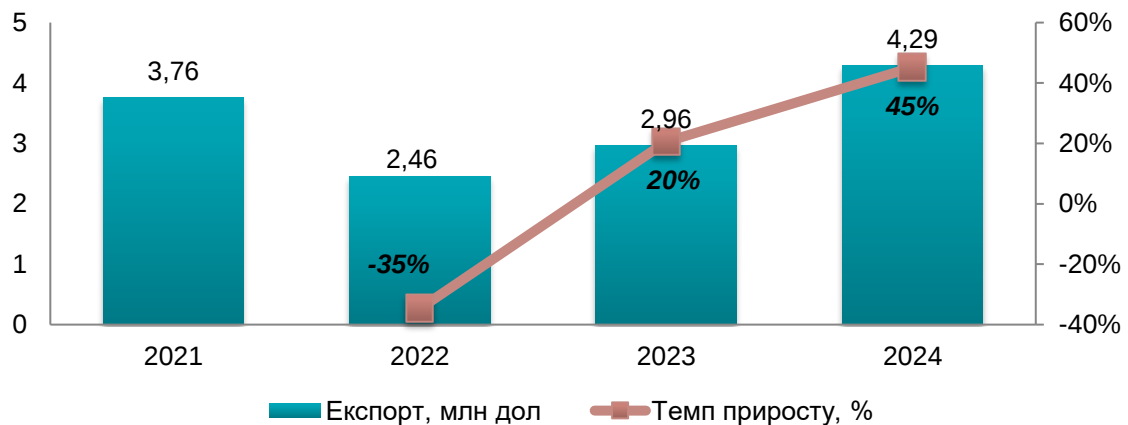
Джерело: дані Державної митної служби, оцінка Pro-Consulting

Експорт бутильованої води в грошовому вираженні має іншу динаміку. Це пов'язано з відмінністю у укладених договорах (ціна на аналогічні товари відрізняється залежно від покупця), зміною структури постачальників, валютними коливаннями та через підвищення собівартості виробництва продукції.

Темп приросту у грошовому вираженні більший, ніж у натуральному, оскільки зростає вартість виробництва, логістичних послуг та рівень цін в країні в цілому.

Діаграма 4.1.2

Експорт питної бутильованої води з України в 2021-2024 рр., в грошовому вираженні, млн дол, %

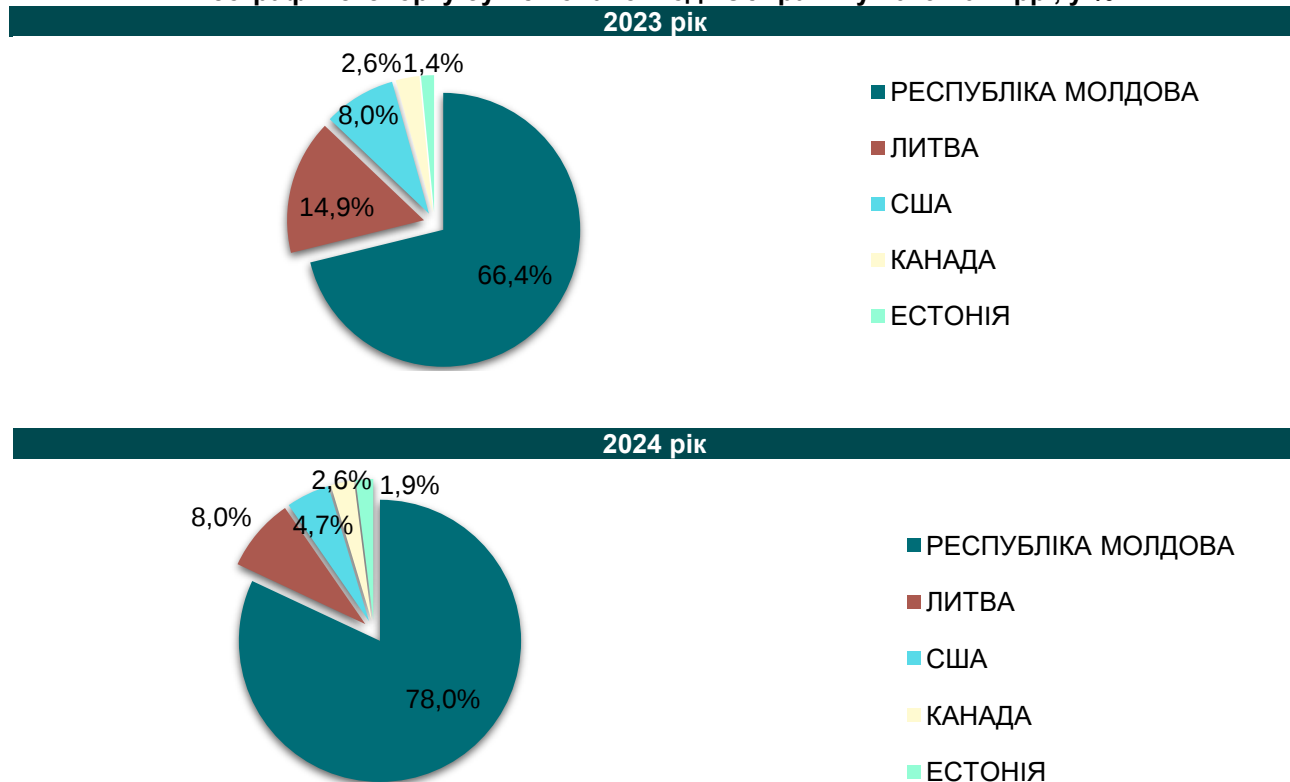


Джерело: дані Державної митної служби, оцінка Pro-Consulting

У 2023 році найбільше Україна експортувала бутильованої питної води до Молдови, Литви, США, Канади та Естонії. У 2024 році топ-5 країн експорту незмінні, змінилися лише їх частки.

Діаграма 4.1.3

Географія експорту бутильованої води з України у 2023-2024 рр., у %



Джерело: дані Державної митної служби, оцінка Pro-Consulting

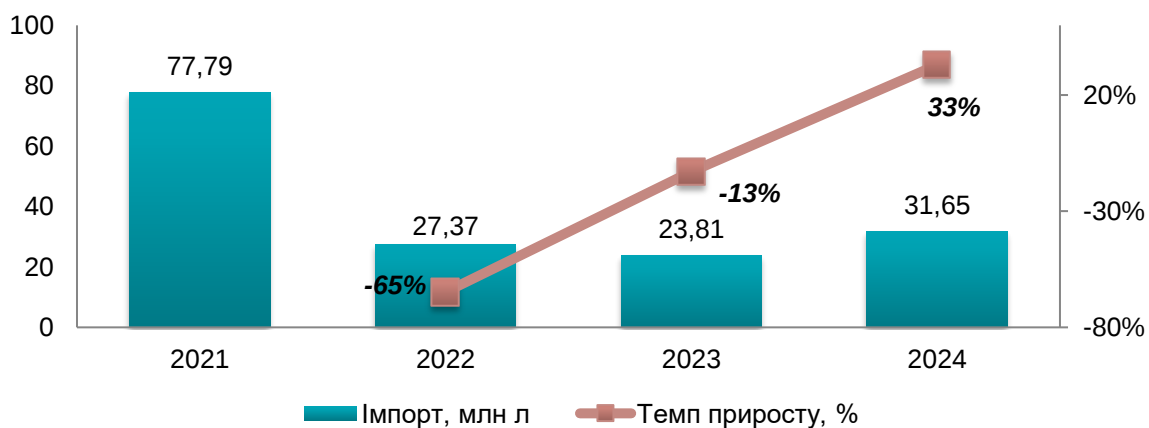
4.2. Імпорт питної бутильованої води в Україну в 2021-2024 рр. (обсяги, структура, географія, частки імпортерів)

У 2022 році через складність логістичних постачань частка імпорту бутильованої води зменшилась на 65%.

Протягом 2023-2024 років обсяги імпорту залишалися значно нижчими порівняно з 2021 роком. Однією з основних причин стала складна логістична ситуація, що ускладнила доставку імпортних товарів в Україну. Крім того, зростання попиту на національні товари серед українців, які стали більше підтримувати вітчизняних виробників, сприяло збільшенню частки української води на внутрішньому ринку.

Діаграма 4.2.1

Імпорт питної бутильованої води в Україну в 2021-2024 рр. у натуральному вираженні, млн л

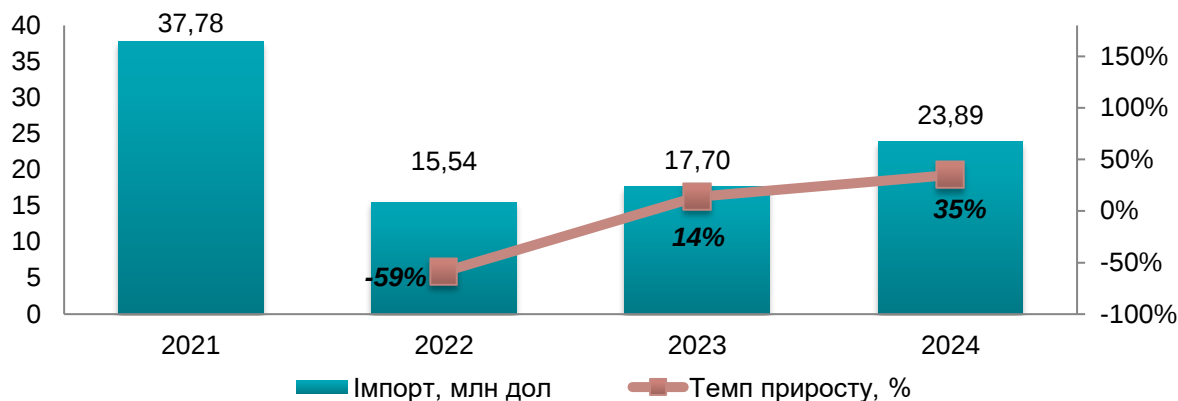


Джерело: дані Державної митної служби, оцінка Pro-Consulting

У грошах динаміка аналогічна, різні темпи приросту з натуральним вираженням викликані зміною курсу валют та зростанням цін.

Діаграма 4.2.2

Імпорт питної бутильованої води в Україну в 2021-2024 рр. в грошовому вираженні, млн дол

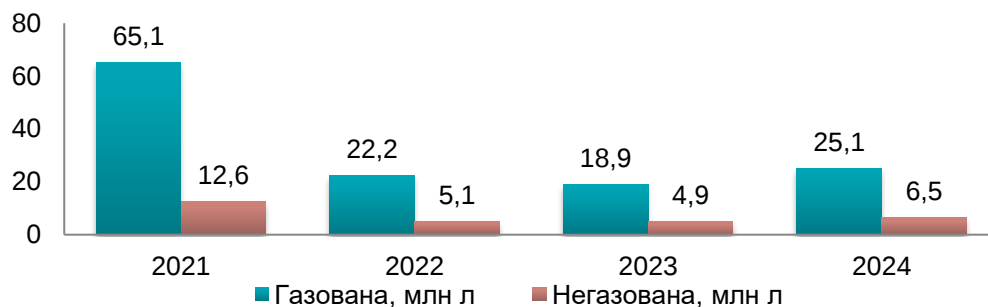


Джерело: дані Державної митної служби, оцінка Pro-Consulting

Найбільше до України імпортують саме газовану воду, основним постачальником є «ІДС Боржомі».

Діаграма 4.2.3

Структура імпортої питної бутильованої води в Україну у 2021-2024 рр. у натуральному вираженні, млн л

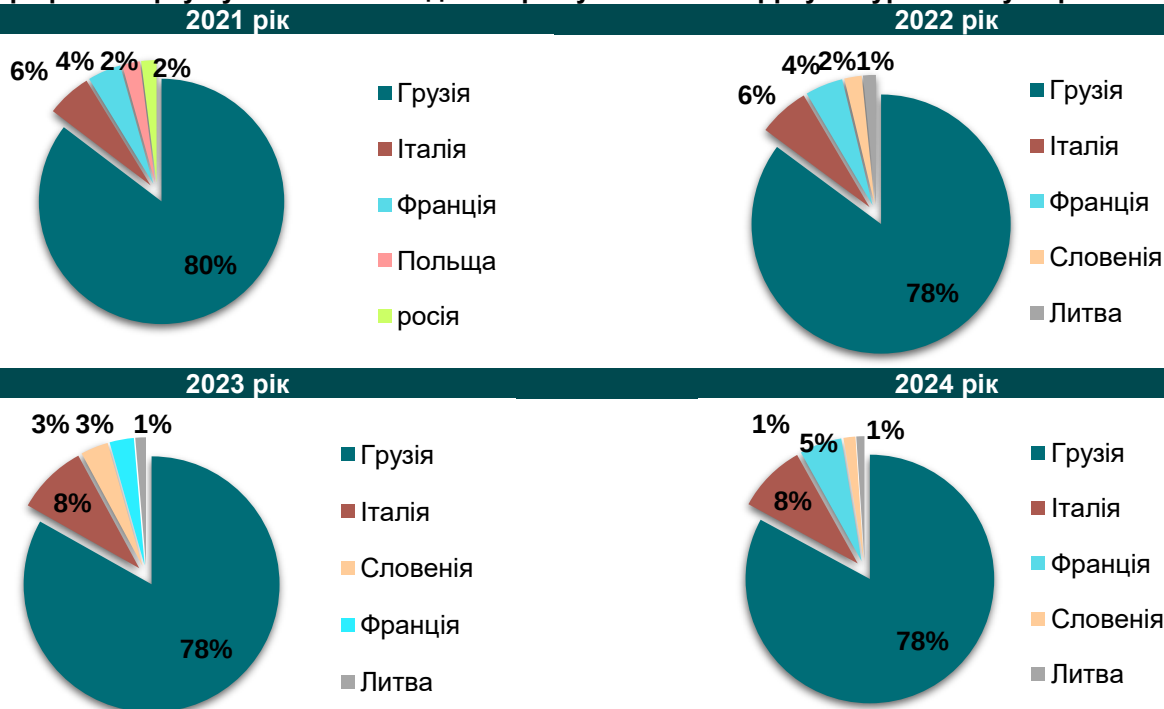


Джерело: дані Державної митної служби, оцінка Pro-Consulting

Географічна структура поставок протягом 2021-2024 рр. майже не змінювалась, лише щорічно змінювалися частки країн. Найбільшу частку протягом 4 років займає Грузія (77-79%), звідки постачаються популярні води - «Боржомі», «Набеглаві» та інші.

Основна відмінність 2022 р. – зупинка поставок з росії через припинення торгівельних відносин з країною-агресором.

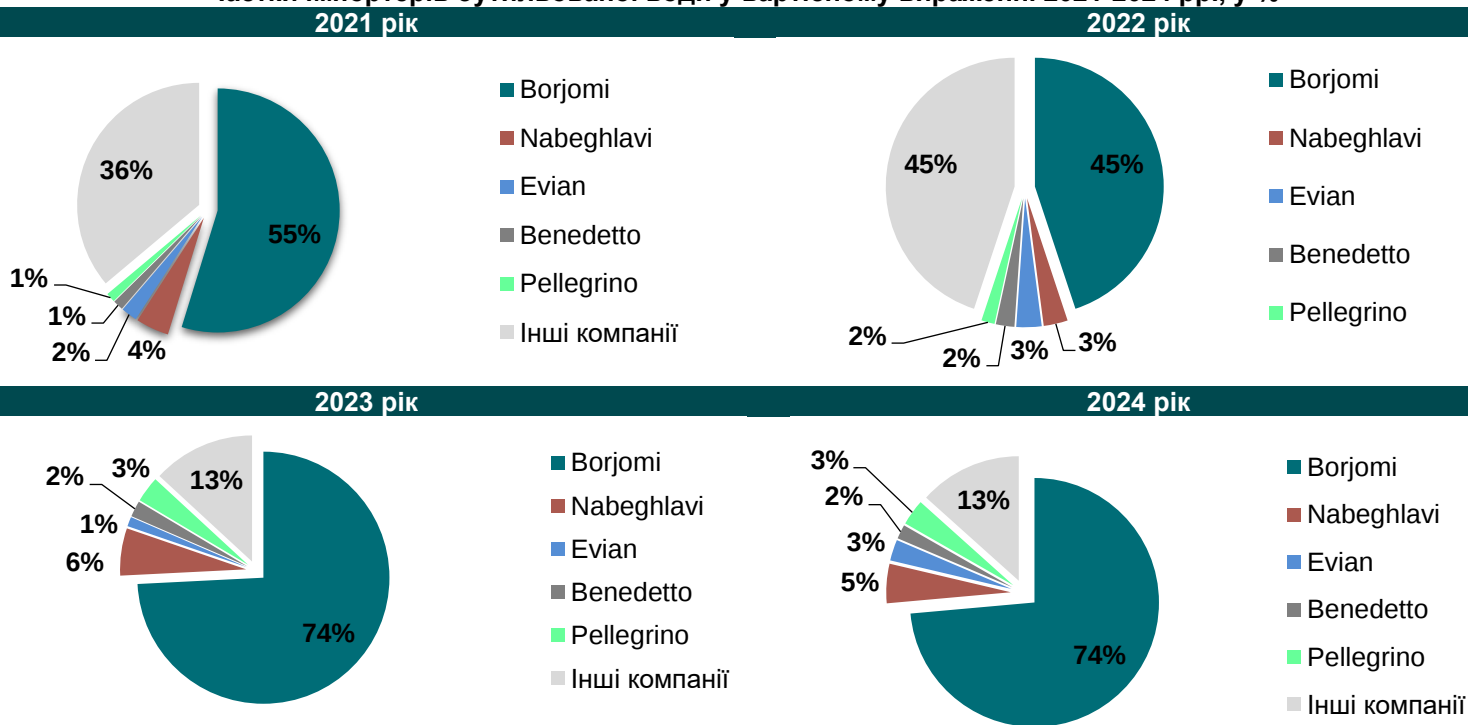
Діаграма 4.2.4
Географія імпорту бутильованої води в Україну в 2021-2024 рр. у натуральному вираженні, %



Джерело: дані Державної митної служби, оцінка Pro-Consulting

Основний імпортер, чия частка у 2021-2024 роках є найбільшою, великий продуктовий дистриб'ютор «ІДС Боржомі». Частка імпорту боржомі у 2023 та 2024 році становила 74% всього імпорту.

Діаграма 4.2.5
Частки імпортерів бутильованої води у вартісному вираженні 2021-2024 рр., у %



Джерело: дані Державної митної служби, оцінка Pro-Consulting

Імпорт мінеральної води в Україну складається повністю із бутильованої води, призначеної для роздрібного продажу. Основними компаніями, які імпортують мінеральну воду в Україну, є ТОВ Транс Аква, ТОВ Фоззі Коммерц, ТОВ Євродрнік, ТОВ Бюро Вин, ТОВ Таврія-В.

5. Асортимент продукції, представлений на ринку (побудова асортиментних карт для визначення насиченості сегментів ринку за типом та розміром тари, типом води)

Більшість брендів які представлені на ринку пропонують широкий асортимент продукції, охоплюючи різні сегменти за типом води, об'ємом та розміром тари. Це дозволяє споживачам обирати продукцію відповідно до своїх потреб та вподобань.

Об'єм представлений в пляшках 0,33 л, 0,5 л, 0,75 л, 1 л, 1,5 л, 5 л та 6 л;

Тип пляшки – скло або пластик, алюмінієва банка;

Тип води – сильногазована, слабогазована та негазована.

Детальний аналіз асортименту бутильованої питної води, представленої на ринку, наведено у додатку до звіту (файл ексель).

Найбільш розвинений асортимент у таких брендів: Avalon, San Benedetto, Девайтіс, Карпатська джерельна, Моршинська.

Аналіз асортименту бутильованої води демонструє:

1. Найбільше по ступеню газованості на ринку представлена – негазована вода, проте якщо порівнювати лише середні об'єми (не враховувати об'єми від 3-6 літрів), то кількість пропозицій однакова. Розподіл між слабогазованою та сильногазованою також приблизно однаковий, слабогазована представлена в 33 варіантах, а сильногазована – 32.

2. За типом матеріалу пляшок домінує пластикова тара. Склопляшки використовуються переважно у преміальному сегменті та для газованої води, яка має лікувальні властивості.

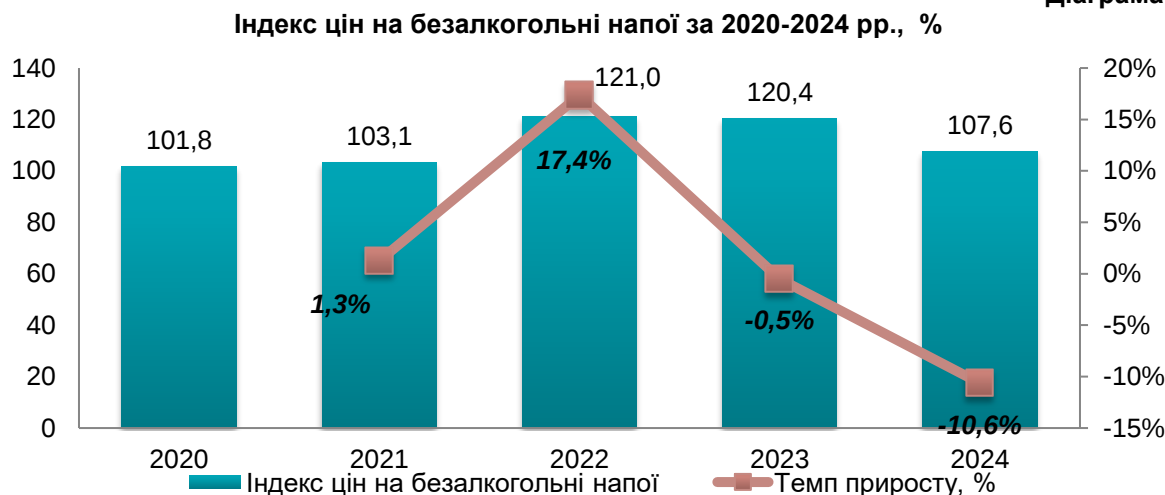
3. Найпоширенішими є об'єми від 0,5 до 1,5 літра, оскільки вони оптимальні для індивідуального споживання та зручні для транспортування. Менше представлені великі об'єми, що вказує на їхню нішевість для домашнього використання.

Таким чином, ринок бутильованої води орієнтований на середні об'єми у пластиковій тарі, а пропозиція газованої і негазованої води є майже рівномірною, якщо не враховувати великі емності.

6. Ціна і ціноутворення на ринку

6.1. Динаміка цін на питну бутильовану воду (індекс)

Діаграма 6.1.1



Джерело: за даними Державної служби статистики України, оцінка Pro-Consulting



6.2. Середні поточні ціни на воду за асортиментними групами

В таблицях наведені середні поточні ціни (станом на лютий 2025 рік) на мінеральну воду в розрізі літражу, типу матеріалу тари, типу води (сильногазована/слабогазована/негазована).

Для визначення поточних цін було проаналізовано інтернет-магазини відомих супермаркетів, де представлені більшість досліджуваних брендів.

Таблиця 6.2.1

Представленість досліджуваних торгових марок питної бутильованої води в найбільших супермаркетах

Бренд	Супермаркет		
	НОВУС	СІЛЬПО	МЕТРО
AquaLife	+	+	+
Avalon	+	+	-
BonAqua	+	+	+
Borjomi	+	+	+
Buvette 7	+	+	+
Buvette №5	+	+	+
Buvette Vital № 3	+	+	+
DIVO	-	+	-
Evian	+	+	+
S. Pellegrino	+	+	+
San Benedetto	+	+	+
Аквуля	-	+	-
Артезіанська	-	+	-
Два океани	-	-	-
Девайтіс	+	+	-
Джерело Якова	+	+	-
Збручанська 77	-	-	-
Знаменівська	+	+	-
Йодо	-	-	-
Каліпсо	-	-	-
Карпатська джерельна	+	+	+
Лужанська	+	+	-
Малятко	-	+	-
Миргородська	+	+	+
Моршинська	+	+	+
Набеглаві	+	+	+
Оболонська	+	+	-
Оболонська-2	-	-	-
Оболонська-артезіанська	-	-	-
Охтирська	-	-	-
Поляна Квасова	+	+	+
Прозора	+	+	-
Ранкова роса	-	+	-
Свалява	-	+	-
Чистий ключ	-	-	-

Джерело: інтернет-магазини супермаркетів, оцінка Pro-Consulting

ТМ Два океани, Збручанська 77, Йодо, Каліпсо, Охтирська, Чистий ключ не користуються великою популярністю тому не представлені у супермаркетах. Такі бренди можна знайти безпосередньо на сайтах виробників, полицях маленьких магазинів або в онлайн-магазинах (*taudau, rozetka та інші*).

Українська вода значно дешевша за імпорتنу. Для пляшки об'ємом 0,5 л ціни на локальну продукцію варіюються від 26-32 грн, в той час, як на імпорتنу від 51 до 55 грн. Для 1.5 л – 22-24 грн (українська), 68-80 грн (імпортна). У випадках з об'ємами води, вигідніше купувати більші пляшки, це стосується як і імпоротної так і української води. Наприклад, у Сільпо пляшка української води 5 л середня ціна – 53 грн, а для 3 л – 56 грн.

Таблиця 6.2.2

Поточні середні роздрібні ціни мінеральної води в залежності від літражу, грн за пляшку

Об'єм пляшки, л	УКРАЇНСЬКА ВОДА			ІМПОРТНА ВОДА		
	Середня роздрібна ціна, грн/пляшка			Середня роздрібна ціна, грн/пляшка		
	Новус	Сільпо	Метро	Новус	Сільпо	Метро
0,3	32,12	31,87	29,33	51,24	60,51	50,56
0,5	26,75	26,74	31,64	55,43	55,29	51,5
0,75	37,53	37,52	38,5	74,99	96,88	79,56
1	18,49	14,79	22,79	81,49	70,74	74,62
1,25	21,49	21,49	21,49	81,99	80,99	85,75
1,5	21,99	22,67	23,86	79,99	67,71	75,68
2	23,07	25,23	23,5	81,99	76,99	80,03
3	52,99	56,07	56,07	-	-	-
5	50,15	53,49	49,72	-	-	-
6	58,66	58,74	61,85	-	-	-

Джерело: дані операторів ринку, оцінка Pro-Consulting

Продукція у скляній тарі є дорожчою за інші типи матеріалу, тому представлена не у всіх роздрібних мережах. Найбільш популярними розмірами скляних пляшок є об'єм 0,5 л та 0,33 л.

Таблиця 6.2.3

Поточні середні роздрібні ціни води в залежності від літражу та типу матеріалу тари, грн за пляшку

Тип матеріалу	Об'єм пляшки, л	УКРАЇНСЬКА ВОДА			ІМПОРТНА ВОДА		
		Середня роздрібна ціна, грн/пляшка			Середня роздрібна ціна, грн/пляшка		
		Новус	Сільпо	Метро	Новус	Сільпо	Метро
Пластик	0,3	17,59	14,44	16,85	40,49	36,59	41,23
	0,5	15,06	14,63	15,57	46,36	46,16	41,85
	0,75	17,21	15,4	17,04	67,99	82,39	68,79
	1	18,49	19,79	22,79	81,49	70,74	74,62
	1,25	21,49	21,49	21,49	81,99	80,99	85,75
	1,5	21,98	21,61	23,86	79,99	67,71	75,68
	2	23,06	25,23	23,5	81,99	76,99	80,03
	3	52,99	56,07	56,07	-	-	-
	5	50,15	53,49	49,72	-	-	-
	6	58,65	58,74	61,85	-	-	-
Скло	0,3	39,39	40,59	35,58	61,99	86,49	59,89
	0,5	44,27	43,38	47,72	64,49	64,42	62,84
	0,75	67,99	70,7	70,7	78,49	111,37	101,23
Залізна банка	0,33	-	-	-	35,29	32,46	35,93

Джерело: дані операторів ринку, оцінка Pro-Consulting

Українські компанії пропонують воду майже в усіх можливих об'ємах та сегментах, в імпортних гравців об'єм пляшки не перевищує 2 л та вода слабогазована менш представлена на ринку. Ціни на сегмент води відрізняються, але не суттєво, дорожчою буде сильногазована вода.

Таблиця 6.2.4

Поточні середні роздрібні ціни води в залежності від літражу та сегменту води, грн за пляшку

Сегмент води	Об'єм пляшки, л	УКРАЇНСЬКА ВОДА			ІМПОРТНА ВОДА		
		Середня роздрібна ціна, грн/пляшка			Середня роздрібна ціна, грн/пляшка		
		Новус	Сільпо	Метро	Новус	Сільпо	Метро
Негазована	0,3	28,49	27,51	26,21	40,49	72,79	41,23
	0,5	27,57	28,66	30,46	48,49	48,71	48,78
	0,75	42,56	43,66	44,09	76,99	114,61	-
	1	19,24	19,59	22,79	83,99	63,99	85,75
	1,5	20,94	21,74	19,85	96,99	76,99	98,47
	2	22,89	29,39	23,21	81,99	76,99	80,03
	3	52,99	56,07	56,07	-	-	-
	5	50,15	53,49	49,72	-	-	-
	6	58,65	58,74	61,85	-	-	-
Слабогазована	0,3	39,39	40,59	35,58	-	-	-
	0,5	14,66	28,96	30,48	-	-	-
	0,75	42,89	44,14	44,04	-	-	-
	1	16,99	-	-	-	-	-
	1,25	-	-	21,49	-	-	-
	1,5	22,57	21,96	22,36	-	59,49	52,89
	2	22,89	22,89	23,21	-	-	-
Сильногазована	0,3	-	-	-	48,64	63,99	47,91
	0,5	31,96	29,39	34,32	62,34	61,87	55,91
	0,75	16,72	15,99	16,25	73,99	79,14	85,01
	1	19,24	19,99	22,79	78,99	77,49	63,49
	1,25	21,49	21,49	21,49	81,99	80,99	85,75
	1,5	22,44	24,33	29,38	62,99	66,67	-
	2	23,41	23,41	24,1	-	-	-

Джерело: дані операторів ринку, оцінка Pro-Consulting

6.3. Опис факторів, що впливають на формування ціни, структура

Формування ціни на ринку бутильованої питної води залежить від внутрішніх та зовнішніх факторів.

До внутрішніх факторів відноситься:

1. Джерело видобутку. Глибина та складність доступу до джерела впливають на собівартість продукції. Дорожчим буде транспортування води з екологічно чистих регіонів або малодоступних місць;
2. Рівень мінералізації. Вода з високою мінералізацією потребує ретельного контролю та можливої додаткової фільтрації;
3. Бренд і репутація виробника.
4. Тип упаковки. Пластикові пляшки дешевші у виробництві, тоді як скляні або біорозкладні матеріали підвищують ціну;
5. Логістика і дистрибуція. Витрати на транспортування, зберігання та реалізацію впливають на кінцеву вартість продукту.

До зовнішніх факторів відноситься:

1. Цінова політика конкурентів та дистриб'юторів. Ціна встановлюється залежно від цінової ситуації на ринку задля забезпечення конкурентоспроможності продукції;
2. Кількість конкурентів на ринку;
3. Недосконалість податкового законодавства;
4. Економічна ситуація;
5. Попит і сезонність;

7. Брендинг і реклама (аналіз позиціонування конкурентів на ринку, присутність в каналах просування)

На ринку мінеральної води будуть ефективними такі з основних елементів ІМК: реклама, стимулювання збуту, прямий маркетинг, а також всі додаткові елементи: брендинг, спонсорство та ІМК на місці продажу. Також застосовується менш поширене просування через виставки.

Таблиця 7.1

Результативна таблиця застосування ІМК на ринку мінеральної води

Головні елементи	
Реклама	Застосовується активно, оскільки є основним елементом просування будь-якого бренду, сприяє збуту продукції та покликана стимулювати попит й інтерес аудиторії.
PR	Застосовується як основний метод комунікації з клієнтами та іншими стейкхолдерами, а налагодження комунікації з громадськістю може стати сильною конкурентною перевагою та допоможе розбудувати бренд та створення іміджу компанії.
Персональний продаж	Рідко застосовується, бо не підходить для всіх компаній.
Стимулювання збуту	Застосовується досить активно усіма операторами для збільшення об'ємів продажів.
Прямий маркетинг	Застосовується деякими операторами ринку як додатковий канал комунікації з клієнтами.
Синтетичні (додаткові) елементи	
Брендинг	Застосовується як ефективний елемент просування продуктів компанії
Спонсорство	Застосовується деякими компаніями для підвищення впізнаваності та покращення іміджу
Виставки, ярмарки	Застосовується нечасто, більше як можливість знайти партнерів та нові канали збуту продукції
ІМК на місці продажу	Застосовується часто, для підвищення рівня продажу

Джерело: дані операторів ринку, оцінка Pro-Consulting

Великі компанії зі значними бюджетами на просування активно використовують всі канали комунікації.

Таблиця 7.2

Використання основних каналів реклами на ринку води за операторами

Компанія	Бренд	ТБ-реклама	ООН-media	Інтернет-реклама
ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед»	BonAqua	+	+	+
IDS Ukraine	Моршинська	+	+	+
	Миргородська	+	-	+
	Aqua Life	-	-	+
	Аляска	+	+	+
IDS Borjomi Georgia	Borjomi	+	+	+
Evian	Evian	+	+	+
S. Pellegrino	S. Pellegrino	+	+	+
Acqua Minerale San Benedetto	San Benedetto	+	-	+
Jsc Healthy Water	Набеглаві	+	-	+
ДП Прат "Оболонь" "Красилівське"	Оболонська	+	-	+
	Прозора	+	-	+
	Збручанська 77	-	-	+
	Охтирська	-	-	+
ПП «Вф «Панда»	Караван	-	-	+
ТОВ-Підприємство «Ізумруд Лтд»	Buvette	+	+	+
ТОВ Вк Авалон Груп	Avalon	-	+	+

ТОВ Аріон	Джерело Якова	-	+ (На транспорті)	+
ТОВ «Аквапласт»	Ранкова роса	-	-	+
	Aqua Naturale	-	+ (Білборди)	+
ТДВ «Свалявські Мінеральні Води»	Поляна квасова	+	+ (На транспорті)	+
	Лужанська	+	-	+
	Свалява	+	-	+
ТОВ «Карпатські Мінеральні Води»	Карпатська Джерельна	+	+ (Білборди)	+
ПрАТ «Ерлан»	Каліпсо	-	-	-
	Знаменівська	+	-	+
	Два океани	-	-	+
ТОВ Піі «Еконія»	Малятко	+	+ (На транспорті)	+
	Аквиля	-	-	+
	DIVO	-	-	+
	ЙОДО	-	-	+
	Чистий ключ	+	+ (На транспорті)	+

Джерело: дані операторів ринку, оцінка Pro-Consulting

Всі основні оператори мають власний сайт, за допомогою якого висвітлюють діяльність компанії та можуть підтримувати комунікацію зі споживачами та громадськістю. Ті, хто має сторінку в Instagram, аналогічно веде діяльність у Facebook. Найбільш активні у соцмережах українська компанія IDS Ukraine і ПрАТ «Ерлан» та імпортери Evian, S. Pellegrino, Acqua Minerale San Benedetto. Ці компанії використовують майже всі канали комунікацій.

Таблиця 7.3

Аналіз присутності операторів ринку мінеральної води в онлайн-каналах комунікації

Компанія	Власний сайт	Instagram	Facebook	Twitter	LinkedIn	YouTube
ІП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИЗ УКРАЇНА ЛІМІТЕД»	https://ua.coca-hellenic.com/	https://www.instagram.com/cocacolahbc_ukraine?igsh=dDZsZjlzaWc5dmM4 1, 2 тис підписників	https://www.facebook.com/TheCocaColaCoUA 1,2 млн підписників	-	-	https://www.youtube.com/channel/UCQWvESPkQV226iynxigM9AA 1,0 тис підписників
IDS Ukraine	https://www.ids.ua/ https://www.morshynska.ua/ https://mirgorodska.ua/	https://www.instagram.com/morshynska.ua/ 16,6 тис підписників https://www.instagram.com/myrgorodska.ua?igsh=MTg3amd3b2s0NWhveg%3D%3D 64 користувачів/підписника/читача	https://www.facebook.com/DSUkraineCompany/ 6,5 тис підписників https://www.facebook.com/Morshynska/ 29,0K https://www.facebook.com/MyrgorodskaWater 33,0K	-	https://www.linkedin.com/company/idsukraine/ 1,9 тис підписників	https://www.youtube.com/@morshynska9573 7,9 тис підписників https://www.youtube.com/channel/UCBYyY5GVpK1EE2MjXfWxv1Q 22 користувачі/підписника/читача
IDS Borjomi Georgia	https://borjomi.com/ua	https://www.instagram.com/borjomi_ukraine/ 10,0K	https://www.facebook.com/borjomiukraine 495,0K	-	-	https://www.youtube.com/@BorjomiUkraine 3,5K
Evian	https://www.evian.com/en_us	https://www.instagram.com/evianwater/ 159,0K	https://www.facebook.com/evian.unitedstates/ 1,5M	https://twitter.com/evianwater?lang=en	-	https://www.youtube.com/user/EvianBabies

S. Pellegrino	https://www.sanpellegrino.com/	https://www.instagram.com/nestle/448,0K	https://www.facebook.com/Nestle?brandlocale=DISABLE 11,0М	https://twitter.com/NestleCareers	https://www.linkedin.com/company/nestle-s-a-	https://www.youtube.com/@Sanpellegrino_official 11,0К
ACQUA MINERALE SAN BENEDETTO	https://www.sanbenedetto.it/en	https://www.instagram.com/sanbenedettowaters/?hl=it 14,6К	https://www.facebook.com/SBenedettoWaters 165 підписників	-	https://www.linkedin.com/company/gruppo-acqua-minerale-san-benedetto/	https://www.youtube.com/channel/UCAXLJ8XENY-6bT8kR7sWMuw 3,9К
JSC HEALTHY WATER	https://healthywater.ge/en_GB	https://www.instagram.com/nabeglavi_georgia 95 підписника	-	-	https://www.linkedin.com/	https://www.youtube.com/@%D0%9D%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%B8 251 підписник
ДП ПРАТ "ОБОЛОНЬ" "КРАСИЛІВСЬКЕ"	https://obolon.ua/ua/about/structure/5 https://aquabalance.obolon.ua/ua/				https://www.linkedin.com/company/obolon-jsc	https://www.youtube.com/user/obolonpr 2,9К
ПП «ВФ «ПАНДА»	https://karavan.net.ua/		https://www.facebook.com/karavan.net.ua/ 716 підписників			
ТОВ-ПІДПРИЄМСТВО «ІЗУМРУД ЛТД»	https://buvette.ua/about/	https://www.instagram.com/buvette.water/ 1,7К	https://www.facebook.com/buvette.water/ 3,7К			
ТОВ ВК АВАЛОН ГРУП	https://avalongroup.com.ua/	https://www.instagram.com/avalongroup.com.ua/ 52,4К	https://www.facebook.com/avalongroupcompany 44 підписника			
ТОВ АРІОН	https://arion.ua/	https://www.instagram.com/jacobspringwater 39 підписників	https://www.facebook.com/81-430603520475586 6,0К			https://www.youtube.com/channel/UCzRltxuwPTSP6RGKb1BoA 135 підписників
ТОВ «АКВАПЛАСТ»	http://aquaplast.com.ua/kompaniya-akvaplast	https://www.instagram.com/zakaz_voda_dnepr 503 підписника	https://www.facebook.com/zakazvody 831 підписник			
ТДВ «СВАЛЯВСЬКІ МІНЕРАЛЬНІ ВОДИ»	http://umw.com.ua/ua/ https://polyana-kvasova.com.ua/	https://www.instagram.com/corporationumw/ 751 підписник	https://www.facebook.com/CorporationUMW/ 2,7К	-	-	-

Карпатські мінеральні води	https://kmw.com.ua/	https://www.instagram.com/karpatska.dzherelna/ 778 підписників	https://www.facebook.com/KarpatskaDzherelna/ 1,0K	-	-	https://www.youtube.com/channel/UCuxqpuoCcUQYorTP859xZRQ 2,0K
ПРАТ «ЕРЛАН»	https://biola.ua/ua/	https://www.instagram.com/biola.ua 311 підписників	https://www.facebook.com/biola.ua 683 підписника		https://www.linkedin.com/company/%D0%B3%D0%BA-%D0%B1%D0%B8%D0%BE%D0%BB%D0%B0	https://www.youtube.com/channel/UCWGgW3r78QHkyvleNyC 309 підписників
ТОВ ПІІ «ЕКОНІЯ»	https://www.econia.com.ua/ https://new.malatko.ua/ https://akvulia.econia.com.ua/ https://www.divovoda.com/	https://www.instagram.com/malatkoua/ 28,4K https://www.instagram.com/akvulia/ 451 підписник https://www.instagram.com/divo.voda/ 277 підписників	https://www.facebook.com/econia.com.ua/ 1,3K https://www.facebook.com/malatkoua/ 104,0K https://www.facebook.com/akvulia/ 1,4K https://www.facebook.com/divovoda/ 369 підписника		https://www.linkedin.com/company/econia-llc/	

Джерело: дані операторів ринку, оцінка Pro-Consulting

Наповнення сайтів та соцмереж компаній на ринку мінеральної води мають схожість. Тип контенту блогів майже у всіх репутаційний та розповідає переважно про новини компанії. Наповнення - переважно огляди товару чи новинок, які сильно не вирізняються між собою.

Таблиця 7.4

Аналіз активності операторів ринку в онлайн-каналах комунікації

Компанія	Наповненість блогу на сайті	Наповненість соцмереж	Стиль спілкування з аудиторією	Тональність відгуків/коментарів
ІП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖІЗ Україна ЛІМІТЕД»	Інформація про компанію, виробництво новини, портфолію асортименту	Висвітлення соціальної діяльності, можливості для стажерів та професіоналів в кар'єрі	Офіційний	Позитивна
IDS UKRAINE	Інформація про історію, розвиток компанії, новини та прес-релізи, асортимент.	Конкурси, реклама та колаборація з брендами, розіграші	Офіційний	Позитивна
IDS BORJOMI GEORGIA	Інформація про історію та мету бренду, новини, асортимент	Реклама, огляд нового дизайну пляшки	Взаємодія відсутня	Офіційний
EVIAN	Інформація щодо асортименту компанії, новини бренду, розвиток компанії.	Співпраця з іншими брендами, івенти	Офіційний	В основному позитивна
S. PELLEGRINO	Новини, план сталого розвитку, ідентичність та історія	Висвітлення соціальної діяльності, реклама	Офіційний	Офіційний

ACQUA MINERALE SAN BENEDETTO	Інформація про історії та мету компанії та самого бренду, новини, розвиток	Ярмарка, нова лінійка для дітей, реклама	Немає взаємодії з аудиторією	В основному позитивна
JSC HEALTHY WATER	Інформація про історію компанії, виробництво, експорт, асортимент	Реклама	Немає взаємодії з аудиторією	Немає взаємодії з брендом
ДП ПРАТ ОБОЛОНЬ "КРАСИЛІВСЬКЕ"	Історія компанії, розвиток, новини, виробництво, тендерні закупівлі.	Реклама	Немає взаємодії з аудиторією	Нейтральна
ПП «ВФ «ПАНДА»	Історія компанії, виробництво, мета, продукція	Моменти з виробництва, реклама	Офіційний	В основному позитивна
ТОВ «ІЗУМРУД ЛТД»	Історія бренду, виробництво, асортимент компанії	Реклама, розіграші, огляд нового дизайну пляшки для дітей	Офіційний	Нейтральна
ТОВ ВК АВАЛОН ГРУП	Інформація про історію компанії, розвиток, виробництво, продукція	Новини, висвітлення соціальної діяльності, розіграші	Офіційний	В основному позитивна
ТОВ АРІОН	Про компанію, новини, нагороди, співпраця	Реклама, опитування, конкурси	Немає взаємодії з аудиторією	Немає взаємодії з брендом
ТОВ «АКВАПЛАСТ»	Інформація про історію компанії, розвиток, виробництво, продукція	Реклама	Немає взаємодії з аудиторією	Немає взаємодії з брендом
ТДВ СВАЛЯВСЬКІ МІНЕРАЛЬНІ ВОДИ»	Про компанію, новини, нагороди, співпраця	Реклама	Немає взаємодії з аудиторією	Немає взаємодії з брендом
ТОВ КАРПАТСЬКІ МІНЕРАЛЬНІ ВОДИ»	Новини, про компанію та продукції	Реклама, висвітлення соціальної діяльності, івенти	Немає взаємодії з аудиторією	Позитивна
ПРАТ «ЕРЛАН»	Історія компанії, виробництво, мета, продукція, новини	Реклама	Немає взаємодії з аудиторією	Нейтральна
ТОВ ПІІ «ЕКОНІЯ»	Новини, партнерство, про компанію	Реклама, розіграші, івенти, поради	Дружній	Позитивна

Джерело: дані операторів ринку, оцінка Pro-Consulting

Брендинг є одним з найважливіших елементів ІМК на ринку мінеральної води. Оскільки пропозиція серед операторів досить широка і є дуже багато товарів зі схожими характеристиками. Тож унікальність та впізнаваність бренду є необхідним компонентом успіху товару.

Візуально усі бренди відрізняються один від одного. Переважаючими кольорами логотипів брендів є синій, блакитний, інколи зелений.

Дизайн пакування витриманий, мінімалістичний. Популярними зображеннями виступає ліс, озеро, водоспади, гори. Масштабні рекламні та PR-кампанії дозволяють значно підвищити впізнаваність всіх цих символів та образів.

В слоганах увага акцентується на різних аспектах: природність, свіжість, легкість.

Таблиця 7.5

Аналіз брендингу основних операторів ринку мінеральної води

Бренд	Лого	Слоган	Інші елементи
ІП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИЗ Україна ЛІМІТЕД»			
BonAqua		Дій! Проявляй себе! Витрачай сили без залишку!	Рекламні кампанії
IDS Ukraine			
Моршинська		Твоє тіло = твоє майбутнє	Рекламні кампанії, наявний маскот (динозавр/карпатозавр у дитячій лінійці води), впізнаваний візуальний стиль
Миргородська		Миргородська - вмикай енергію, відчуй Миргодрайв!	Рекламні кампанії, впізнаваний візуальний стиль
Aqua Life		-	-
Аляска		Вода для всієї родини	Рекламні кампанії
IDS Borjomi Georgia			
Borjomi		Жива Вода Грузинська Легенда	Рекламні кампанії, впізнаваний візуальний стиль
EVIAN			
Evian		Живи молодим	Рекламні кампанії
S. PELLEGRINO			
S. Pellegrino		Насолоджуйтесь життям по-італійськи	Рекламні кампанії
ACQUA MINERALE SAN BENEDETTO			
San Benedetto		Ресурси для життя	Рекламні кампанії
JSC HEALTHY WATER			
Набеглаві		-	Рекламні кампанії

ДП ПРАТ "ОБОЛОНЬ" "КРАСИЛІВСЬКЕ"			
Оболонська		-	Рекламні кампанії, впізнаваний візуальний стиль
Прозора		Кришталєво Прозора вода	Рекламні кампанії
Збручанська 77		-	-
Охтирська		-	-
ПП «ВФ «ПАНДА»			
Караван		-	-
ТОВ «ІЗУМРУД ЛТД»			
Buvette		BUVETTE - ЦЕ ВОДА, ЯКА СТВОРЕНА, ОЧИЩЕНА І ЗБАГАЧЕНА САМОЮ ПРИРОДОЮ!	Рекламні кампанії
ТОВ ВК АВАЛОН ГРУП			
Avalon		Change your world	-
ТОВ Аріон			
Джерело Якова		-	-
ТОВ «АКВАПЛАСТ»			
Ранкова роса		-	-
Aqua Naturale		Вода «Aqua Naturale» - справжній дар природи!	-
ТДВ «СВАЛЯВСЬКІ МІНЕРАЛЬНІ ВОДИ»			
Поляна квасова		-	Рекламні кампанії, впізнаваний візуальний стиль
Лужанська		-	Рекламні кампанії



Свалява		-	Рекламні кампанії
ТОВ «КАРПАТСЬКІ МІНЕРАЛЬНІ ВОДИ»			
Карпатська Джерельна		Молодильна вода Карпат	Рекламні кампанії
ПРАТ «ЕРЛАН»			
Каліпсо		-	-
Знаменівська		Пий справжнє. Будь справжнім!	Рекламні кампанії
Два океани		-	-
ТОВ ПІІ «ЕКОНІЯ»			
Малятко		З «Малятко» піклуватися просто!	Рекламні кампанії
Аквуля		ЗДОРОВ'Я З ПЕРШОЇ КРАПЛІ	-
DIVO		Спраглим до нового	-
ЙОДО		НАСТРІЙ ОБИРАЄШ ТИ!	-
Чистий ключ		Дбай про здоров'я!	Рекламні кампанії

Джерело: дані операторів ринку, оцінка Pro-Consulting

8. Аналіз споживання на ринку

8.1. Вподобання споживачів щодо товару, портрет споживача

Питна вода є невід'ємною частиною щоденного раціону кожної людини, забезпечуючи необхідну гідратацію організму. Вона має значний попит, адже споживання води є основою здорового способу життя. Завдяки постійному попиту, ринок питної води залишається одним із найбільш стабільних секторів з перспективами розвитку.

Загальна добова потреба води для чоловіків становить 3,7 літра, для жінок – 2,7 літра, тоді як діти мають пити в залежності від віку від 2 до 8 склянок рідини на день.

В Україні покупцями бутильованої води є особи віком від 12 до 65 років, середній вік цільової аудиторії становить 35 років, це споживачі з будь-яким рівнем доходу, не впливає також і освіта, зайнятість, сімейний стан та наявність дітей.

Інтенсивність ситуаційної купівлі продукції (до 1,5 літра) становить 2–4 рази на місяць, а ємності 5–6 літрів купуються кожні 4–7 днів. Більшість споживачів віддають перевагу газованій воді, а основними точками продажу є супермаркети, хоча водночас деякі клієнти купують воду і в дрібних магазинах чи аптеках. Важливим фактором, який збільшує попит на мінеральну воду, є проживання покупців у великих містах та населених пунктах, які знаходяться на екологічно несприятливій території, де якість водопровідної води знаходиться на низькому рівні.

Однією з ключових особливостей поведінки споживачів на ринку бутильованої води є відносно висока гнучкість у виборі бренду. Хоча лояльність до певних марок залишається важливим фактором, більшість споживачів у своєму репертуарі мають кілька брендів, яким довіряють. За відсутності на полиці одного з них покупці можуть легко обрати інший із подібними характеристиками, що підкреслює важливість постійної доступності продукції у торгових точках.

Різні категорії питної води мають власну цільову аудиторію, яка визначається специфічними потребами споживачів. Детальний портрет споживача за категоріями води представлений в таблиці 8.1.1

Таблиця 8.1.1

Портрет споживача за категоріями води

Категорія води	Цільова аудиторія	Вік	Стать	Потреби та вподобання	Частота купівлі	Переваги
Дитяча вода (лінійка)	Батьки дітей	20-45 років	Переважно жінки	Безпека, відсутність шкідливих домішок, зручна упаковка, легка мінералізація	Щодня або через день	Гіпоалергенність, безпечність, адаптованість для немовлят
Спортивна вода (лінійка)	Люди, що ведуть активний спосіб життя	18-55 років	Чоловіки та жінки	Відновлення, мінералізація, зручна пляшка, вітаміни, збагачення киснем	2-3 рази на тиждень	Підтримка енергії, швидке втамування спраги
Лікувальна вода	Люди з хронічними захворюваннями	30-70 років	Чоловіки та жінки	Кислотна або лужна вода, допомога при хворобах ШКТ, природне походження, сертифікація	Постійно, за призначенням лікаря	Лікувальні властивості, підтверджена ефективність, зниження симптомів захворювання
Лікувальна -столова	Люди з помірними проблемами травлення	35-70 років	Чоловіки та жінки	Легка мінералізація, допомога в травленні, профілактика захворювань	2-3 рази на тиждень	Підтримка здорового травлення, профілактика хвороб
Столова	Люди, які піклуються про здоровий спосіб життя	18-60 років	Чоловіки та жінки	Регулярне споживання, зручність, баланс мінералів, натуральне походження	Майже кожного дня	Природне походження, нейтральний смак

Джерело: оцінка Pro-Consulting

8.2. Аналіз інтернет-аудиторії в галузі, пошукових запитів і видачі конкурентів

Один з найпопулярніших способів виявлення конкурентів – аналіз пошукової видачі за високочастотними запитами, пов'язаними з досліджуваною нішею.

Аналіз проводився за пошуковими словами (українською мовою), а також за переліком операторів ринку бутильованої води в Україні

- Купити сильногазовану воду;
- Питна вода;
- Столова вода;
- Мінеральна вода;
- Лікувальна вода;
- Лікувально-столова вода купити;
- Слабогазована вода;
- Бутильована вода;
- Купити питну воду;
- Артезіанська вода.

Таблиця 8.2.1

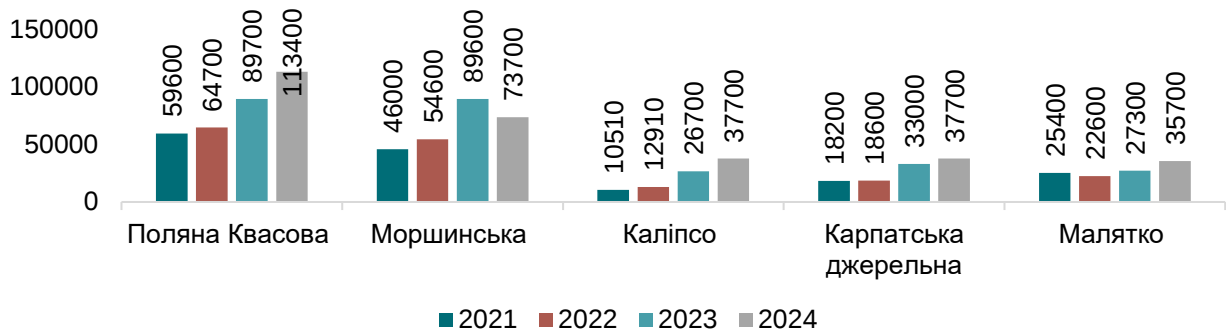
Динаміка пошукових запитів основних операторів бутильованої води в Україні, у 2021 – 2024 рр., кількість запитів

ТМ	2021	2022	2023	2024
Поляна Квасова	59600	64700	89700	113400
Моршинська	46000	54600	89600	73700
Каліпсо	10510	12910	26700	37700
Карпатська джерельна	18200	18600	33000	37700
Малятко	25400	22600	27300	35700
Прозора	18200	11300	21700	25600
Воріомі	26100	20870	23400	21800
Миргородська	4830	6030	8750	11180
Свалява	5070	5110	6970	10320
Набеглаві	6930	5630	8180	9880
Evian	10720	7730	8230	8400
Лужанська	3050	4120	6770	8250
Йодо	7490	6350	8340	7730
Джерело Якова	1010	1550	3220	6540
Оболонська	1450	2220	4720	6420
S. Pellegrino	4240	3570	4630	6240
San Benedetto	3400	3200	4310	5590
BonAqua	4820	3630	4000	4350
Девайтіс	1900	2250	2990	3970
Buvette 7	720	1040	2180	3140
Охтирська	630	920	1810	2730
DIVO	1730	1300	2210	2720
AquaLife	2770	1660	1940	2690
Avalon	80	310	2570	2670
Аквабаланс	2930	2540	2230	2040
Артезіанська	560	900	1360	1780
Збручанська 77	700	550	1130	1740
Аквиля	890	1110	1620	1680
Ранкова роса	900	940	1430	1680
Знаменівська	280	300	470	610
Два океани	240	250	490	510

Джерело: за даними Google Ads, оцінка Pro-Consulting

За пошуковими запитами основних операторів бутильованої води в Україні за період 2021-2024 рр., найбільше пошукових запитів припадає на українську воду.

Діаграма 8.2.1
Порівняльна динаміка ТОП-5 пошукових запитів за основними операторами, у 2021- 2024 рр



Джерело: за даними Google Ads, оцінка Pro-Consulting

В ТОП-5 увійшли ТМ Поляна Квасова, Моршинська, Каліпсо, Карпатська джерельна та дитяча вода Малятко.

За типом та видом води найбільше пошукових запитів було про питну воду, а саме газовану з лікувальними ефектами.

Таблиця 8.2.2
Середньорічна кількість ТОП-10 пошукових запитів за типом та видом води у 2021-2024 рр.

Запити	2021	2022	2023	2024
Питна вода	17900	27200	29500	60400
Мінеральна вода	8480	10310	14880	21500
Бутильована вода	2350	3250	5570	6150
Слабогазована вода	1150	1530	2960	3780
Купити сильногазовану воду	1390	1550	2680	3020
Лікувальна вода	1030	1350	2120	2370
Столова вода	390	400	630	740
Лікувально-столова вода купити	200	320	370	490
Артезіанська питна вода	120	110	130	410
Купити питну воду	170	310	300	340

Джерело: за даними Google Ads, оцінка Pro-Consulting

8.3. Аналіз незадоволеної потреби на ринку

Попри активний розвиток ринку бутильованої води, залишається низка проблем, які створюють незадоволений попит.

Дефіцит екологічної упаковки. На ринку майже відсутні альтернативи стандартним ПЕТ-пляшкам. Споживачі зацікавлені в екологічних рішеннях: скляних пляшках, біопластику, тарах для повторного використання. Однак їхня доступність залишається низькою.

Обмежений асортимент спеціалізованої води. В Україні недостатньо представлена бутильована вода з додатковими корисними властивостями:

- Дитяча вода (із збалансованим мінеральним складом).
- Лікувально-столова вода у зручному форматі (пляшки розміром від 0,33 л-1 л).
- Функціональна вода (збагачена мінералами, електролітами, вітамінами).

Відсутність pomp для води об'ємом 3-10 л. Воду такого формату купують не лише для дому, а й беруть у дорогу водії та туристи, які потребують воду у зручних великих упаковках з краником або дозатором (pomпа).

Ринок бутильованої води має потенціал для розвитку, виробники які знайдуть способи задовольнити ці потреби, зможуть отримати конкурентні переваги та збільшити лояльність споживачів.



8.4. Ступінь задоволеності споживачів (аналіз відгуків)

Аналіз відгуків споживачів показує, що загальний рівень задоволеності бутильованою водою в Україні є досить високим, споживачі віддають перевагу мінеральній воді вітчизняних виробників, оскільки вони сприймають її як більш якісну та безпечну для здоров'я, а також дешевшу, порівняно з водою іноземного виробництва.

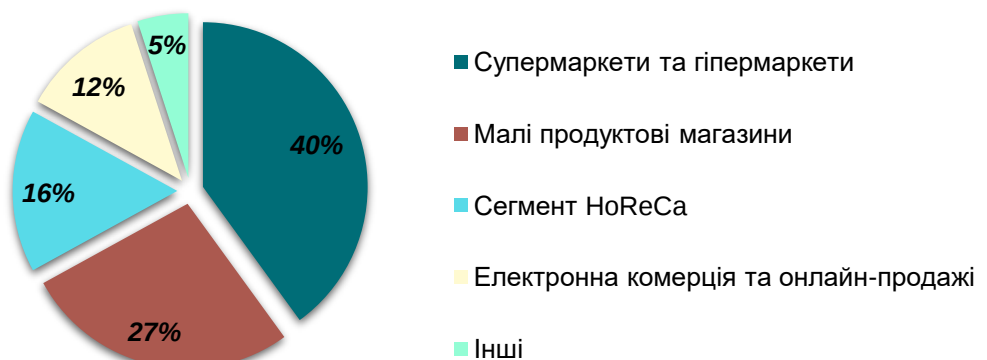
Відгуки про бренди, представлені на українському ринку мінеральної води, позитивні або нейтральні. Споживачі цінують стабільну якість, природне походження та відповідність заявленому складу. Досить часто в обговореннях підіймається питання зручності упаковки та дизайну.

Загалом відгуки показують, що ринок бутильованої води має високий рівень довіри, але споживачі стають дедалі більш вимогливими. Вони звертають увагу не лише на якість, а й на прозорість виробництва, екологічність та відповідність очікуванням щодо смаку й упаковки.

9. Канали збуту продукції (опис і оцінка структури продажів по каналах)

Діаграма 9.1

Канали збуту бутильованої води в Україні, %



Джерело: оцінка Pro-Consulting

Найбільшим каналом збуту питної бутильованої води є **сучасна роздрібна торгівля**, яка здійснюється через мережі супермаркетів та гіпермаркетів. На цей канал припадає 40% загального обсягу продажів. Ключовими гравцями в цьому сегменті виступають такі мережі, як АТБ, Сільпо, Новус, Ашан та Метро. Сучасна роздрібна торгівля забезпечує широке охоплення аудиторії та стабільність замовлень, проте потребує значних інвестицій у маркетингову активність та промо-заходи.

Малі продуктові магазини формують 27% продажів ринку води до 10 л. Цей канал представлений локальними магазинами біля дому та невеликими торговими точками в спальних районах.

Сегмент HoReCa (ресторани, готелі, кафе та інші заклади громадського харчування) займає близько 16% ринку. Цей канал потребує особливих умов співпраці та спеціалізованої логістики.

Електронна комерція та онлайн-продажі становлять 12% ринку, з тенденцією до зростання. Канал включає маркетплейси (Rozetka, Prom.ua), власні інтернет-магазини виробників та додатки доставки продукції (Glovo, Bolt).

На категорію **інші** канали збуту припадає приблизно 5% до них можна віднести аптеки, лікарні, оздоровчі заклади, школи, фітнес-центри.

10. Висновки. Прогнозні показники ринку

10.1. Висновки і прогнозні тенденції розвитку ринку

Ринок бутильованої питної води в Україні демонструє позитивну динаміку, попри складні економічні умови, спричинені війною, інфляційними процесами та зниженням купівельної спроможності населення. Основними чинниками, що підтримують його зростання, залишаються недостатня якість водопровідної води в багатьох регіонах, зростання культури споживання бутильованої води та посилення тренду на здоровий спосіб життя.

Провідні позиції на ринку утримують великі оператори, серед яких IDS Ukraine (ТМ Моршинська, Миргородська), ПРАТ «Оболонь Красилівське» (ТМ Оболонська), ТОВ «Карпатські мінеральні води» (ТМ Карпатська Джерельна) та інші.

За **обсягом доходів** лідером серед виробників є ТМ Моршинська, друге місце займає ТМ Оболонська, за нею йдуть ТМ Караван та ТМ Buvette.

У **розрізі торгових марок провідними є** «Моршинська» займає 33,5% ринку, «Карпатська Джерельна» – 8,4%, «Поляна квасова» – 5,3%, «Buvette» – 4,4%, «Миргородська» – 4,3%, а «Оболонська» лише – 3,7%. Це свідчить про домінування «Моршинської» серед конкурентів та високу лояльність споживачів до бренду.

Загострення конкуренції стимулює виробників до активного пошуку нових ніш, зокрема у категоріях функціональної, дитячої та екологічної води. Водночас зростає значення брендингу, маркетингових стратегій та інноваційних рішень у пакуванні, що дозволяє компаніям утримувати споживачів і розширювати свою присутність на ринку.

Очікується, що у 2025–2027 роках ринок продовжить стабільне зростання, проте його динаміка значною мірою залежатиме від загальної макроекономічної ситуації, рівня доходів населення та доступності продукції. Основними напрямками розвитку стануть розширення асортименту у преміальному та спеціалізованому сегментах, впровадження екологічних рішень у виробництві та оптимізація логістичних процесів для підвищення ефективності дистрибуції.

10.2. Побудова гіпотез розвитку ринку. Прогнозні показники розвитку ринку в 2025-2027 рр.

Ринок бутильованої води в Україні розвиватиметься відповідно до наступних можливих сценаріїв, які залежать від економічних, соціальних та регуляторних факторів.

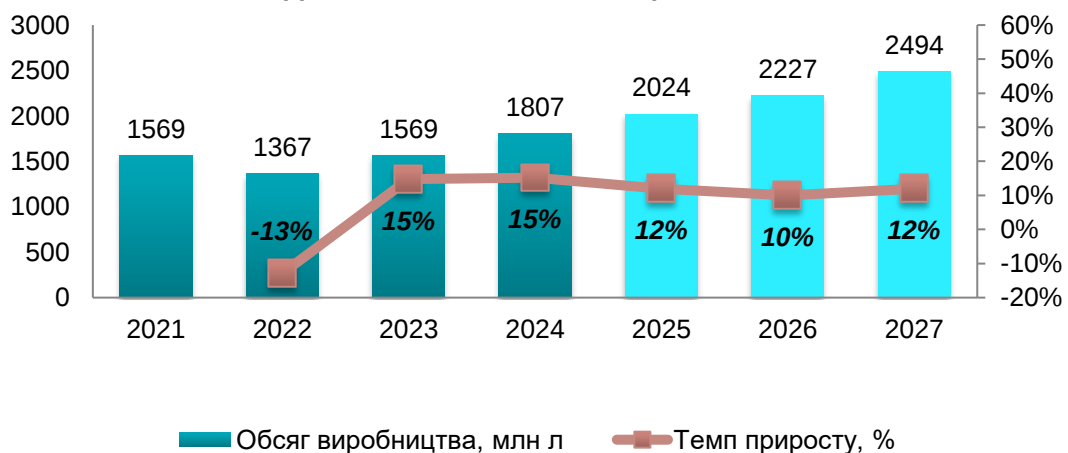
1. Оптимістичний сценарій передбачає:

- Закінчення активних воєнних дій до вересня 2025 р;
- Стабілізацію економіки протягом 2025-2027 років;
- Повернення до 5 млн населення України з-за кордону до 2027 року, що сприятиме зростанню обсягів споживання питної бутильованої води;
- Підвищення рівня доходів і купівельної спроможності населення, що стимулюватиме попит на преміальний і функціональний сегменти продукції, а також на дитячу та спортивну лінійку.

Ймовірність реалізації сценарію – 30%. При оптимістичному сценарію середньорічне зростання обсягів виробництва бутильованої води оцінюється на рівні 10–12%.

Діаграма 10.2.1

Прогноз обсягів виробництва газованої та негазованої бутильованої води в Україні на 2025-2027 рр. за оптимістичним сценарієм, млн л



Джерело: оцінка Pro-Consulting

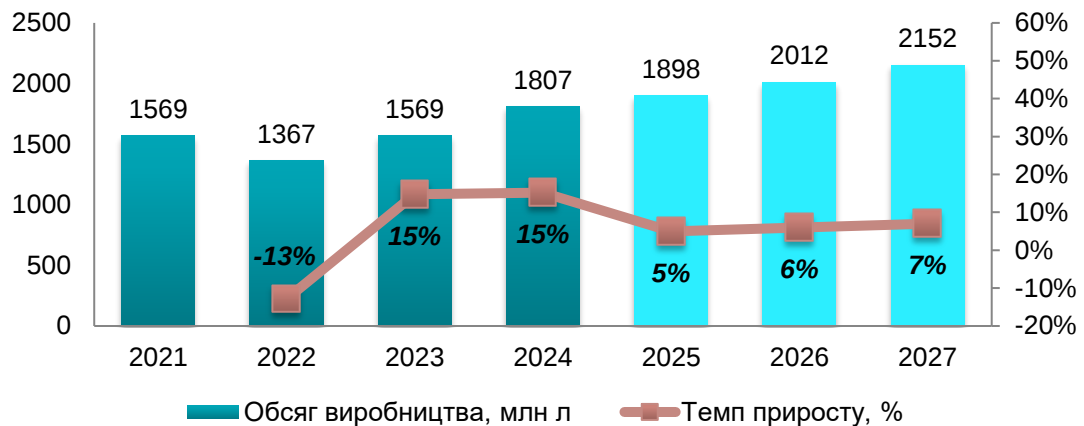
2. Базовий сценарій передбачає:

- Тривалість активних бойових дій щонайменше до кінця 2025 року, з поступовим зниженням їх інтенсивності;
- Повільне відновлення економіки, що сприятиме помірному зростанню купівельної спроможності населення;

Ймовірність настання базового сценарію – 50%, середньорічний приріст обсягів виробництва оцінюється у 5-7%.

Діаграма 10.2.2

Прогноз обсягів виробництва газованої та негазованої бутильованої води в Україні на 2025-2027 рр. за базовим сценарієм, млн л



Джерело: оцінка Pro-Consulting

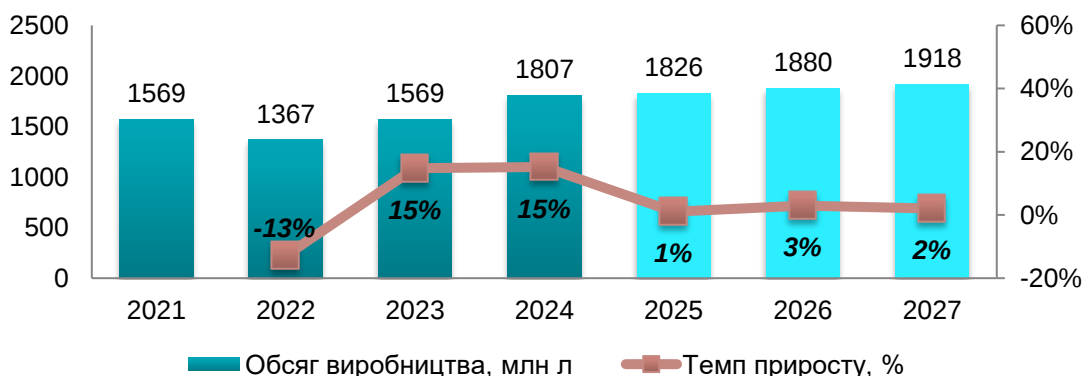
3. Песимістичний сценарій передбачає:

- Нестабільну ситуацію в країні, тривале подовження воєнних дій без чітких перспектив їх завершення, з періодичним загостренням;
- Відсутність суттєвого економічного зростання, збереження високого рівня інфляції та низької купівельної спроможності населення;
- Зниження попиту на бутильовану воду на користь альтернативних джерел, таких як фільтрована водопровідна вода.
- Подальшу міграцію громадян, що призведе до скорочення обсягів споживання на ринку бутильованої води;
- Збільшення собівартості виробництва через зростання цін на видобуток сировини, пляшки, енергоресурси та логістику тощо.

Ймовірність реалізації песимістичного сценарію – 20%, середньорічне зростання обсягів виробництва бутильованої води оцінюється на рівні 1–3%

Діаграма 10.2.3

Прогноз обсягів виробництва газованої та негазованої бутильованої води в Україні на 2025-2027 рр. за песимістичним сценарієм, млн л



Джерело: оцінка Pro-Consulting

Таким чином, розвиток ринку у 2025-2027 роках буде залежати від загальної економічної ситуації, факторів формування собівартості води, рівня попиту та доходів населення,



Олександр Соколов
Генеральний Директор
a.sokolov@Pro-Consulting.ua

Olexander Sokolov
General Director
a.sokolov@Pro-Consulting.ua

ТОВ «Компанія «Про-Консалтинг»
www.Pro-Consulting.ua
Україна, 03133, м. Київ,
Пров. Лабораторний, 1
Тел./факс: +38(044) 370-87-10

Company «Pro-Consulting»
www.Pro-Consulting.ua
Laboratornyi lane, 1
Kyiv - 03133, Ukraine
Tel: +38(044) 370-87-10;

© 2025 ТОВ «Компанія «Про-Консалтинг». Всі права захищені.

Цей документ був підготовлений аналітиками компанії виключно в інформаційних цілях, і ні в якій мірі не є офіційною пропозицією для прийняття будь-яких рішень, а також покупки або продажу будь-яких цінних паперів, прав, об'єктів або товарів. Огляд не припускав повного опису прав, об'єктів, ринків і подій, що мають відношення до теми документа.

Інформація, на якій ґрунтується аналіз, відбирається з джерел, які, на думку аналітика, можна вважати надійними і адекватними.

Компанія, аналітик та уповноважена особа має право використовувати представлену нижче інформацію і матеріали, на основі яких вона була підготовлена.

Цей документ не повинен розглядатися як єдино вірний для прийняття рішень його Одержувачем