

Калюжна А. С., студентка, Шіковець К. О., доцент, к.е.н.

Київський національний університет технологій та дизайну

АНАЛІЗ РИНКУ ВОДИ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Анотація. Стаття присвячена комплексному аналізу ринку води в Україні у складних умовах війни, з акцентом на інноваційні підходи в організації виробництва та праці. Розглянуто динаміку попиту, виробництва, нові інноваційні продукти, цифровізацію бізнес-процесів, логістичні виклики та адаптацію персоналу. Подано прогнози розвитку ринку та напрями розвитку праці, зокрема в умовах підвищеної невизначеності.

Ключові слова: ринок води, Україна, інновації в бізнесі, праця, війна, бутильована вода, функціональна вода, цифровізація.

Kaliuzhna A. S., Student, Shikovets K. O., Assoc. Prof., PhD

Kyiv National University of Technologies and Design

ANALYSIS OF THE WATER MARKET IN UKRAINE DURING THE WAR

Abstract. The article provides a comprehensive analysis of the water market in Ukraine under war conditions, focusing on innovative approaches in production and labor organization. Demand dynamics, production trends, new innovative products, business digitalization, logistics challenges, and workforce adaptation are considered. Market development forecasts and labor trends under uncertainty are also presented.

Keywords: water market, Ukraine, business innovation, labor, war, bottled water, functional water, digitalization.

Вступ. Ринок питної води в Україні зазнав суттєвих трансформацій унаслідок повномасштабного вторгнення Росії у 2022 році. Якщо до початку війни сегмент фасованої води стабільно зміцнював свої позиції серед товарів повсякденного попиту, то після 2022 року тенденції розвитку змінилися під дією економічних, логістичних та соціальних чинників. У довоєнний період ринок характеризувався впевненим зростанням, що було зумовлено кількома ключовими факторами: популяризацією здорового способу життя, активним розширенням сегмента HoReCa, збільшенням кількості спортивних та рекреаційних закладів, а також формуванням культури регулярного споживання якісної бутильованої води [2, 4].

Серед основних драйверів ринку виділялися зростання реальних доходів населення, розбудова сучасної роздрібно-їнфраструктури (зокрема, розвиток мереж супермаркетів та магазинів біля дому), а також підвищення інтересу до мінеральної та лікувально-столової води як природного джерела корисних мікроелементів. Споживачі ставали дедалі вимогливішими до якості продукту, віддаючи перевагу воді з перевірених джерел, із чітким маркуванням складу та походження [2, 3].

Окремою тенденцією довоєнного періоду була поява інноваційних товарних пропозицій – води з підвищеним вмістом мінералів, функціональних напоїв, а також преміальних брендів, орієнтованих на споживачів із високими вимогами до екологічності та природності продукту. Активно розвивались і екоініціативи, зокрема використання біопакування та скорочення частки пластику.

Постановка завдання. Після початку війни структура попиту і пропозиції змінилася кардинально. Перебої з водопостачанням у прифронтових і тимчасово окупованих регіонах призвели до різкого зростання потреби у фасованій воді, особливо у великих об'ємах для сімей та гуманітарних потреб. Водночас виробники стикнулися з руйнуванням частини виробничих потужностей, порушенням логістичних ланцюгів та подорожчанням сировини й упаковки [1, 8].

Ситуація, що склалася, підкреслила важливість фасованої води не тільки як споживчого товару, а й як стратегічного ресурсу для забезпечення базових потреб населення. В умовах війни ринок демонструє високий рівень адаптивності: виробники переналаштовують виробництво, змінюють логістику, а споживачі змінюють поведінку, віддаючи перевагу більшим форматам і довгостроковим запасам води.

Сучасний ринок води в Україні характеризується нестабільністю, що значною мірою зумовлена воєнними діями. У довоєнний період ключовими проблемами були конкуренція між виробниками, розширення асортименту і питання контролю якості. Під час війни до цих традиційних викликів додалися нові складності: руйнування водопровідної та транспортної інфраструктури, нерівномірний розподіл споживання за регіонами, дефіцит ресурсів для виробництва та постачання, а також підвищені вимоги до якості і безпеки води [1, 7, 8].

Критичною проблемою стало порушення логістичних ланцюгів, що ускладнило доступ споживачів до фасованої води навіть у регіонах, які залишаються відносно безпечними. Одночасно виникла потреба у переорієнтації виробництва та адаптації формату упаковки до нових умов споживання. Для державних органів і бізнесу постала задача не лише підтримувати стабільне постачання води, а й прогнозувати попит у змінних умовах, забезпечуючи при цьому санітарні та екологічні стандарти.

Аналіз досліджень. Останні дослідження показують, що український ринок води зберігає потенціал для зростання навіть у складних умовах. Наприклад, за даними Pro-Consulting (2021–2024), виробництво бутильованої води зростало щорічно на 5–7%, а попит на преміальні та функціональні води збільшується ще швидше. Основна тенденція – зміщення споживчого попиту від стандартних продуктів до продуктів із додатковими властивостями (мінерали, електроліти, вітаміни) [1, 6, 7].

За даними Pro-Consulting, обсяги виробництва фасованої води в Україні у 2022 році зменшилися порівняно з довоєнним періодом, що пояснюється втратою окремих виробничих потужностей і тимчасовою недоступністю родовищ на південному та східному напрямках. Водночас уже з другої половини 2022 року й протягом 2023–2024 років виробництво поступово зростало. Це зростання було результатом відновлення логістичних маршрутів, запуску нових ліній на заході країни та перенесення потужностей у більш безпечні регіони [1–3, 6].

На ринку збереглася висока частка мінеральних і столових вод, оскільки вони характеризуються стабільним попитом навіть у кризових умовах. Деякі виробники зосередилися на продуктах у форматах 5–6 л та 18,9 л, оскільки ці об'єми стали найбільш затребуваними для домогосподарств і гуманітарних потреб. Подорожчання сировини, енергії та упаковки вплинуло на собівартість, але компанії утримували ціни за рахунок оптимізації асортименту й логістики [1,2].

Дослідження також вказують на активну цифровізацію бізнес-процесів. Онлайн замовлення, мобільні додатки та CRM-системи дозволяють компаніям ефективно керувати запасами та прогнозувати попит, навіть якщо частина логістики заблокована або ускладнена. Окрім цього, компанії використовують соціальні мережі для реклами, формування довіри та підтримки контактів із клієнтами, що особливо важливо у зонах підвищеного ризику. Аналітичні матеріали Pro-Consulting свідчать, що війна суттєво вплинула на всі аспекти ринку води в Україні. Виробництво фасованої та мінеральної води зазнало зменшення в перші місяці конфлікту через часткове руйнування виробничих потужностей та обмежений доступ до джерел води. Проте вже протягом 2023–2024 років виробники адаптувалися до нових умов: відновили виробничі лінії у більш безпечних регіонах, змінили логістику та переналаштували формати упаковки відповідно до потреб споживачів.

Великий попит на воду у воєнний період зумовив зміни у споживчій поведінці. Населення надавало перевагу більшим форматам для зручного зберігання та тривалого використання. Зросла роль доставки води до дому, що дозволяло уникати ризиків, пов'язаних з відвідуванням магазинів під час активних бойових дій. Водночас зросли вимоги до стабільної якості та безпеки продукту, адже споживачі були особливо уважні до санітарного стану води в умовах війни.

Pro-Consulting також відзначає, що виробники в умовах кризи проявили високий рівень гнучкості. Вони оптимізували логістичні маршрути, переналаштували асортимент продукції, зосередилися на найбільш затребуваних форматах та сегментах, а деякі компанії переорієнтували виробництво на західні регіони, де попит був стабільніший. Такі адаптаційні кроки дозволили зберегти стабільність ринку і забезпечити доступ населення до фасованої води навіть у складних умовах [1, 2, 6].

Водночас, аналіз показує, що ринок зіштовхується з комплексом проблем: підвищення собівартості продукції через дорожчання сировини, енергоресурсів та пакувальних матеріалів, нерівномірний розподіл попиту між регіонами, ризики якості продукції та логістичні ускладнення. Попит на преміальні марки зріс повільніше, оскільки споживачі надавали перевагу більш доступним та практичним форматам води.

Ринок води в Україні під час війни зіштовхнувся з низкою системних викликів. Серед них: періодичні руйнування систем водопостачання, дефіцит електроенергії, зростання собівартості продукції та ризикованість ведення бізнесу в прифронтових регіонах. Частина невеликих виробників зупинила роботу або переїхала, що змінило структуру ринку й посилило позиції середніх та великих компаній [1, 5, 7, 8].

Крім того, виникла потреба у посиленому контролі якості, адже в умовах нестабільної водопровідної інфраструктури населення особливо уважно ставиться до безпечності продукту. Військові та гуманітарні організації також формують великий обсяг попиту, що створює додаткове навантаження на логістичні потужності виробників.

Що до експорту, варто зазначити, що до війни ринок мінеральної води України зростав, однак після 2022 року він втратив частину ринків через складнощі з логістикою й блокування портів. Лише з 2023 року ситуація почала дещо стабілізуватися завдяки альтернативним сухопутним маршрутам і поступовому відновленню виробництва. Основними напрямками експорту залишаються країни ЄС, зокрема Польща та Німеччина, де українська вода представлена у нішевих сегментах [1, 3].

Логістичні зміни стали одним з найбільш відчутних наслідків, частина регіонів стала недоступною, тому компанії були змушені переорієнтувати дистрибуцію на більш безпечні напрямки. За аналітикою Pro-Consulting, у 2022–2023 роках виробники активно формували нові логістичні ланцюги, співпрацювали з гуманітарними організаціями та посилювали присутність у західних областях, які стали основним хабом для перевезень.

Мережеві супермаркети зберегли ключову роль, однак значення онлайн-каналів та доставки води до дому істотно зросло. Сервіси доставки 18,9-літрових бутлів виявилися найбільш стійкими, оскільки дозволяли домогосподарствам забезпечувати себе водою без відвідування магазинів під час ракетних загроз [1, 7, 8].

Цінова динаміка під час війни на фасовану воду формувалася під впливом зростання вартості логістики, пального, полімерних матеріалів та енергоресурсів. Виробники неодноразово повідомляли про підвищення вартості ПЕТ-пляшок і ковпачків, що суттєво впливало на кінцеву ціну продукту. Попри це, ринок залишався конкурентним, а різні компанії намагалися утримувати ціни, щоб не втратити споживачів у складний період.

Pro-Consulting зазначає, що преміальний сегмент зростав повільніше, оскільки споживачі схилилися до більш доступних марок та великих форматів. Найстійкішим у

ціновому відношенні був сегмент негазованої столової води, який демонстрував найбільший обсяг продажів [1, 2, 6].

Висновки. Аналіз ринку води в Україні під час війни показав, що конфлікт мав глибокий і комплексний вплив на виробництво, споживання та логістику. У перші місяці війни значна частина виробничих потужностей була зруйнована або виведена з експлуатації через небезпеку і руйнування інфраструктури. Це призвело до тимчасового зниження обсягів виробництва фасованої та мінеральної води, а також до нестачі продукції у певних регіонах. Проте підприємства проявили високу адаптивність: вони переналаштували виробництво на безпечні території, змінили логістичні маршрути, а також відкоригували формати упаковки відповідно до змін попиту.

Попит на фасовану воду зріс, зокрема на більші об'єми, що дозволяло населенню формувати запаси та забезпечувати себе у разі перебоїв з водопостачанням. Зросла важливість доставки продукції безпосередньо до домогосподарств, оскільки це дозволяло уникати небезпеки під час переміщень та забезпечувати стабільний доступ до якісної води. Споживачі стали більш уважними до якості та безпеки продукту, що підвищило роль контролю якості на всіх етапах виробництва і розподілу.

Ринок продемонстрував здатність швидко адаптуватися до нових умов. Виробники змогли знайти баланс між обмеженими ресурсами, потребою у швидкій логістиці та вимогами споживачів, що дозволило зберегти стабільність ринку навіть в умовах постійних викликів. Разом із тим, зберігаються значні ризики: нерівномірний розподіл попиту між регіонами, підвищення собівартості через дорожчання сировини та енергоресурсів, а також необхідність постійного контролю якості продукції.

Загалом, війна виступила каталізатором структурних змін на ринку води, змусивши виробників і споживачів адаптуватися до нових умов. Дослідження показують, що ці зміни не лише дозволили зберегти стабільність ринку під час кризового періоду, а й створили основу для його подальшого розвитку після стабілізації ситуації. Адаптивність виробників, зміни у логістиці та підвищена увага до якості продукції формують умови для прогнозування подальшого розвитку ринку та визначення стратегічних напрямів для бізнесу і державних органів.

Список використаної літератури

1. Аналіз ринку води в Україні (2024 р.). Київ: *Pro-Consulting*, 2024. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-vody-v-ukraine-2024-god>.
2. Аналіз ринку бутильованої питної води в Україні (2021–2024 рр.). Київ: *Pro-Consulting*, 2024. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-butirovanoj-pitevoj-vody-v-ukraine-2021-2024-gody>.
3. Аналіз ринку мінеральної води в Україні (2023 р.). Київ: *Pro-Consulting*, 2023. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-mineralnoj-vody-v-ukraine-2023-god>.
4. Ринок HoReCa в Україні: споживання бутильованої води. Київ: *Pro-Consulting*, 2023. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-horeka-v-ukraine-issledovanie-potrebleniya-butirovanoj-vody>.
5. Національна доповідь про якість питної води та стан питного водопостачання і водовідведення в Україні у 2023 році. Київ: *Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України*, 2024. URL: <https://www.minregion.gov.ua>.
6. Виробництво напоїв та продукції харчової промисловості: статистичні дані 2020–2023 рр. Київ: *Державна служба статистики України*, 2024. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Стан доступу до води та санітарії в умовах війни: аналітичний звіт. Київ: *ЮНІСЕФ Україна*, 2023. URL: <https://www.unicef.org/ukraine>.
8. Water supply and sanitation in emergencies: Ukraine 2022–2023 situation overview. *World Health Organization*, 2023. URL: <https://www.who.int>.