

О. В. Тур,  
аспірант, Національний університет харчових технологій, м. Київ

## РИНОК МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ В УКРАЇНІ: ВИРОБНИЦТВО ТА СПОЖИВАННЯ

O. Tur,  
postgraduate student, National University of Food Technologies, Kyiv

### MINERAL WATER MARKET IN UKRAINE: PRODUCTION AND CONSUMPTION

*Проаналізовано тенденції і трансформації на ринку мінеральних вод України, зокрема: динаміку підприємств і обсяги виробництва води за її видами; зрушення та сезонні коливання у темпах її видобування і розливу. Досліджено особливості й динаміку споживання води в Україні за регіонами та на душу населення у розрізі її видів, розкрито причини регіональних відмінностей та встановлено ключові чинники споживчого вибору, розроблено пропозиції, спрямовані на гармонізацію обсягів споживання різних видів води з урахуванням європейських норм, тенденцій і традицій.*

*Analysis of trends and transformations in the mineral water market of Ukraine: business dynamics and production of water for its species, seasonal changes and fluctuations in the rates of extraction and bottling. The features and dynamics of water consumption in Ukraine by region and per capita in terms of species, reveals the causes of regional differences and set the key factors in consumer choice, developed proposals for the harmonization of consumption of different types of water based on European standards, trends and traditions.*

*Ключові слова: ринок мінеральних вод, виробництво та види вод, регіональні відмінності споживання вод.  
Key words: the market mineral water, the production and water types, the regional differences in consumption of water.*

#### ВСТУП

Водні споживчі ресурси є одними з найважливіших видобувних природних ресурсів України. Їх ефективне використання не лише дозволяє забезпечити первинні потреби населення, але й підвищити експортний потенціал країни та сприяє формуванню її позитивного іміджу. В даний час Україна входить в групу світових лідерів за запасами мінеральної води: її ресурси значно перевищують внутрішні потреби. Вона також є однією з лідируючих європейських країн з видобутку мінеральних вод, їх розливу і реалізації. Асортимент мінеральних вод України дуже широкий: на її території виявлено понад 500 джерел різноманітних мінеральних вод, головним чином у межах Українських Карпат, Українського щита, Дніпровсько-Донецької западини.

Ринок мінеральної води доступний та прибутковий, мінеральна вода в надрах практично безкоштовна, природно чиста і корисна для здоров'я людини. Науково-технічний прогрес у сфері виробництва, дистрибуції та комунікацій призвів до того, що виготовляти якісні товари стало значно простіше, ніж їх реалізовувати і домогтися ринкового успіху. Нестабільність політичних умов, суперечливість і непослідовність економічних, соціальних і демографічних процесів гальмує розвиток ринку мінеральної води і не сприяє встановленню тісного співробітництва в сферах зовнішньої торгівлі та інвестиційної діяльності. Недосконала система аналізу споживчого попиту на ринках зарубіжних країн, сповільнені процеси та незначні обсяги залучення іноземного капіталу, нерегульована і мало прогнозована цінова політика функціонуючих підприємств, а також негатив-

ний вплив кризових явищ кінця 2000 років не дозволяють сформувати виважену стратегію розвитку вітчизняного ринку мінеральної води та реалізації продукції на ньому. Водночас, доречно зазначити, що нині на ньому представлено доволі широкий асортимент та із значними товарними запасами вибір продукції, але повсякчас відстежуються значні стрибки в об'ємах її реалізації. Осцьому доцільно провести аналіз тенденцій і зрушень на вітчизняному ринку мінеральних вод у розрізі виробництва і споживання та розробити заходи по його гармонізації і розвитку.

#### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Концептуальними засадами, проблемами та тенденціями розвитку ринку мінеральних вод займаються такі вчені, як: О.А. Круглова, О. Нікіпелова, О. Олесюк, В.А. Голян, І.О. Шаповалова, А.О. Заїнчковський, А.М. Кушніренко, Н.М. Обіюх, С.В. Фертюк, Л.Г. Рождественська [1—5]. Але недостатньо приділялося уваги аналізу зрушень на ринку мінеральної води в розрізі виробництва і споживання, що відбувалися в останні роки, та розробленню пропозицій по його оптимізації і гармонізації з європейськими нормами, тенденціями та уподобаннями.

#### МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Проаналізувати тенденції і трансформації, що відбувалися в 2000-ні роки на вітчизняному ринку мінеральних вод, виявити ключові фактори, які впливали на ці зрушення, та розробити пропозиції, реалізація яких сприятиме подоланню кризових явищ та оптимізації обсягів реалізації цієї продукції.

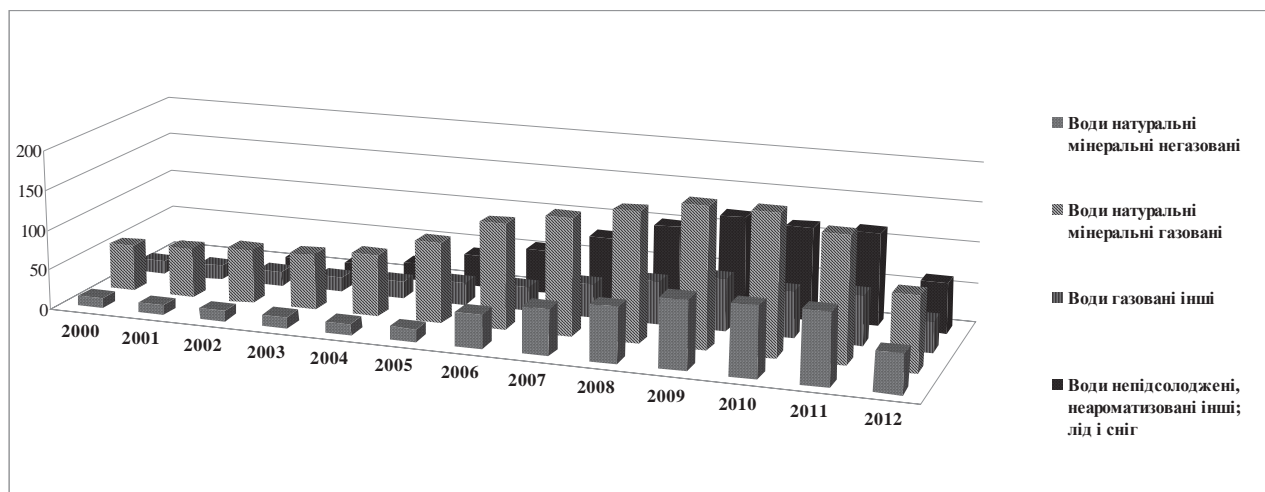


Рис. 1. Кількість підприємств, які виробляють мінеральні води в Україні за період 2000–2012 роки

Джерело: сформовано на основі [6; 7].

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

З 2000 р. спостерігається щорічне збільшення підприємств з розливу води, зокрема: 129 од. — 320 од. (2009 р.). Варто зазначити, що активне зростання кількості економічних одиниць, що здійснюють виробництво мінеральної води в Україні, почалося з 2005 року і продовжувалося до 2009 року в зв'язку із загальним піднесенням в українській економіці. Але починаючи з 2010 р., їх кількість зменшувалася, зокрема: 310 од. — 151 од. (2012 р.) (рис. 1). Скорочення кількості підприємств пояснюється рецесією та економічною нестабільністю в країні, а також, що особливо прикметно, присутністю в галузі великих компаній з виробництва води, які володіють новітніми технологіями й технологічним обладнанням видобування, розливу та бутелювання цієї продукції. Це їм дає можливість постійно нарощувати обсяги виробництва, а також проводити рекламні компанії, які спонукають населення споживати саме їхню продукцію. Такими способами витісняють дрібних продуцентів і виробників менш популярних брендів води. Отже, в цьому сегменті ринку існує велика конкуренція і тому підприємства, що використовують застаріле обладнання та технології, втрачають свої позиції на ринку мінеральних вод. Це призводить

до поглинання їх великими компаніями, або в гіршому випадку — до банкрутства.

У структурі підприємств щодо виробництва окремих видів мінеральної води найбільше потужностей сконцентровано у сегменті води натуральної мінералізованої газованої: у 2012 році тут нараховувалося 93 підприємства (61,6% від загальної кількості продуцентів по випуску мінеральних вод). На другому місці знаходиться виробництво води невідсолодженої, неароматизованої, льоду і снігу — 62 підприємства (41%: на третьому — виробництво води натуральної мінеральної негазованої — 49 од. (32,4%): на четвертому — виробництво води газованої — 39 підприємств (25,8%). Необхідно зауважити, що близько 90 підприємств випускають два або навіть три основних видів мінеральної води, що дозволяє їм забезпечити більш стабільну реалізацію продукції протягом року.

Загалом вітчизняний ринок мінеральної води консолідований: на ньому присутні потужні національні бренди, які включають п'ять найбільших виробників, що в сукупності займають близько 61% ринку. Лідером галузі є компанія IDS Group Ukraine, далі йдуть компанія Coca-Cola, "Оболонь", "Ерлан-Біола" і "Українські мінеральні води" [8].

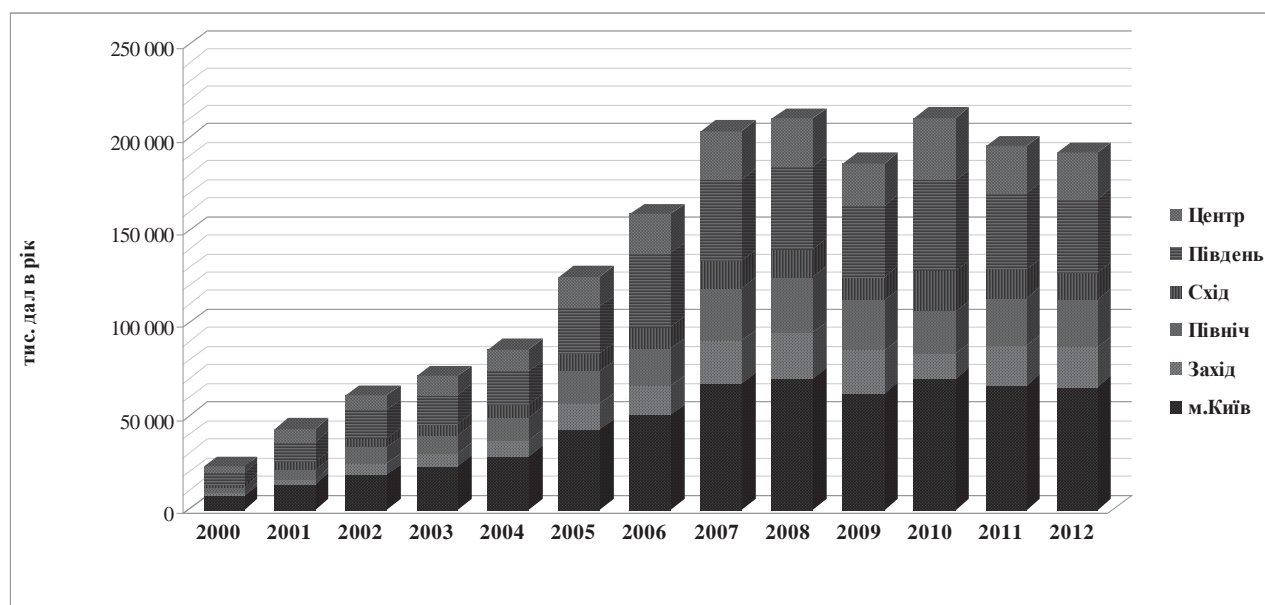


Рис. 2. Виробництво води в Україні по регіонах за період 2000–2012 роки

Джерело: сформовано на основі [6; 7].

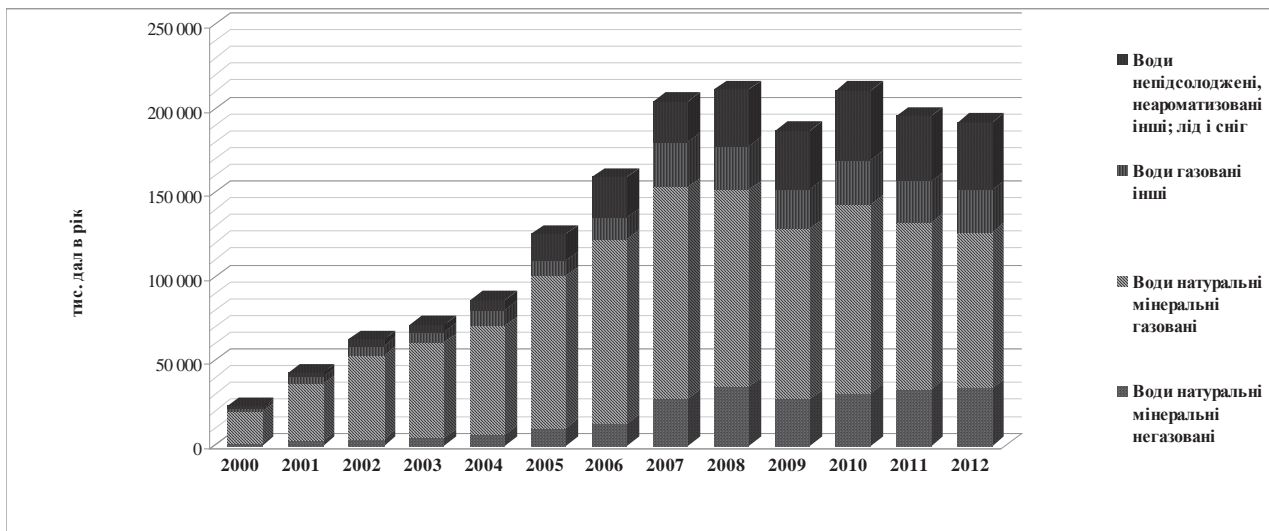


Рис. 3. Обсяги виробництва води в Україні за її видами протягом періоду 2000–2012 років

Джерело: сформовано на основі [6; 7].

У 2012 році об'єм виробництва води в Україні склав 192092 тис дал. Найбільше води виробляється у Києві — 66115 тис дал. (34,4% всього обсягу), у зв'язку із значним ринком збуту, рівнем урбанізації та інвестиційною привабливістю даного регіону (рис. 2). На другому місці знаходяться південні області України<sup>1</sup>, де виробляється 39510 тис дал (20,6%). Далі йдуть центральні та північні області — 24775 і 25419 тис дал відповідно. Найменше води виробляється на Сході України — 14695 тис дал.

З 2000 по 2007 роки ринок мінеральної води демонстрував постійне зростання, що корелюється (рис. 1) із збільшенням кількості учасників ринку. Починаючи з 2008 року, обсяги виробництва мінеральних вод стабілізувалися, а серед учасників ринку відбувалося поглинання та злиття бізнесів, що було викликано посиленням конкуренції та погіршенням економічної кон'юнктури.

Якщо брати окремо виробництво води в Україні за її видами (рис. 3), то у 2012 році підприємствами було вироблено води натуральної мінеральної негазованої — 33937 тис. дал, води натуральної мінеральної газованої — 93014, води газованої іншої — 25214 і води непідсолодженої, неароматизованої, льоду і снігу — 40292 тис. дал. Тоді як у 2000 році обсяги виробництва склали: води натуральної мінеральної негазованої — 1481 тис. дал, води натуральної мінеральної газованої — 18590 тис. дал, води газованої іншої — 2139 тис. дал і води непідсолодженої, неароматизованої, льоду і снігу — 1302 тис. дал. Отже, за дванадцять років виробництво води натуральної мінеральної негазованої зросло майже у 23 рази, води натуральної мінеральної газованої — у п'ятеро, води газованої іншої — майже у 12 разів і води непідсолодженої, неароматизованої, льоду і снігу — у 31 раз.

При цьому за період 2000–2008 роки обсяги води, виробленої підприємствами України, зростали в середньорічному обчисленні відповідно: води натуральної мінеральної негазованої — на 48,5%, води натуральної мінеральної газованої — на 25,9%, води газованої іншої — на 36,8% і води непідсолодженої, неароматизованої, льоду і снігу — на 50,0% (рис. 4). Зазначимо, що у 2009–2012 роках середньорічні темпи приросту становили: води натуральної мінеральної негазованої — 7,2%, води натуральної мінеральної газованої — 3%, води газова-

ної іншої — 2,8% і води непідсолодженої, неароматизованої, льоду і снігу — 4,8%. Уповільнення темпів зростання виробництва води обумовлено насиченням ринку даною продукцією та погіршенням економічної кон'юнктури.

Також потрібно зазначити, що цьому сегменту притаманна сезонність виробництва (рис. 5). Це підтверджує те, що мінеральна вода є товаром, для якого характерні сезонні коливання, зокрема, залежність обсягів реалізації від клімату території, її положення на земному шарі. Загалом для України з її помірним кліматом пік продажів мінеральної води припадає на весняно-літній період — тоді відбувається збільшення попиту. Серед основних причин, з яких споживач купує мінеральну воду, 27% припадає на угамування спраги, чим і пояснюється зростання попиту на цей товар в спекотну пору року. Крім того, наведено, як правило, відбувається загострення шлунково-кишкових захворювань і 39% споживачів купують мінеральну воду саме для лікування. А мінімум споживання фіксується зимою (січень, лютий) [1]. Водночас, у 2012 році пік продажів був зафіксований у травні місяці — 24106 тис. дал або 13,2% від загального обсягу реалізації за рік. Загалом, за травень-серпень було спожито майже половину річного обсягу (48%). Мінімальний рівень споживання води було зафіксовано у 2012 році у січні-лютому — 19057 тис. дал. або лише 10% від річного обсягу.

Отже, доречно детальніше розглянути динаміку споживання води в Україні за її видами (рис. 6). Проведене дослідження вказує на популярність серед населення води натуральної мінеральної газованої. У 2012 році цього виду продукції було реалізовано 99455 літрів, або 51,8% від загального обсягу реалізації води мінеральної в Україні. Інша частина реалізації припадає на води натуральні мінеральні негазовані — 34084 літрів, води газовані інші — 25219 та води непідсолоджені, неароматизовані інші, лід і сніг — 34032 літрів. Варто зазначити, що у 2000 році частка води натуральної мінеральної газованої становила 81,4%. Активне розширення уподобань споживачів та диверсифікація ринку мінеральної води відбулися у 2005–2007 роках. Зокрема, у 2006 році в порівнянні із 2005 приріст споживання вод непідсолоджених, неароматизованих інших, льоду і снігу склав 197,7%. Одночасно у 2007 році порівняно із попереднім періодом абсолютний темп росту споживання

<sup>1</sup> Економіко-географічні утворення та області України: Схід (Харківська, Донецька та Луганська області); Південь (Запорізька, Херсонська, Одеська, Миколаївська області та Автономна республіка Крим); Північна (Житомирська, Київська, Сумська і Чернігівська області); Захід (Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Волинська, Рівненська, Хмельницька, Чернівецька та Закарпатська області); Центр (Вінницька, Дніпропетровська, Кіровоградська, Полтавська, Черкаська області).

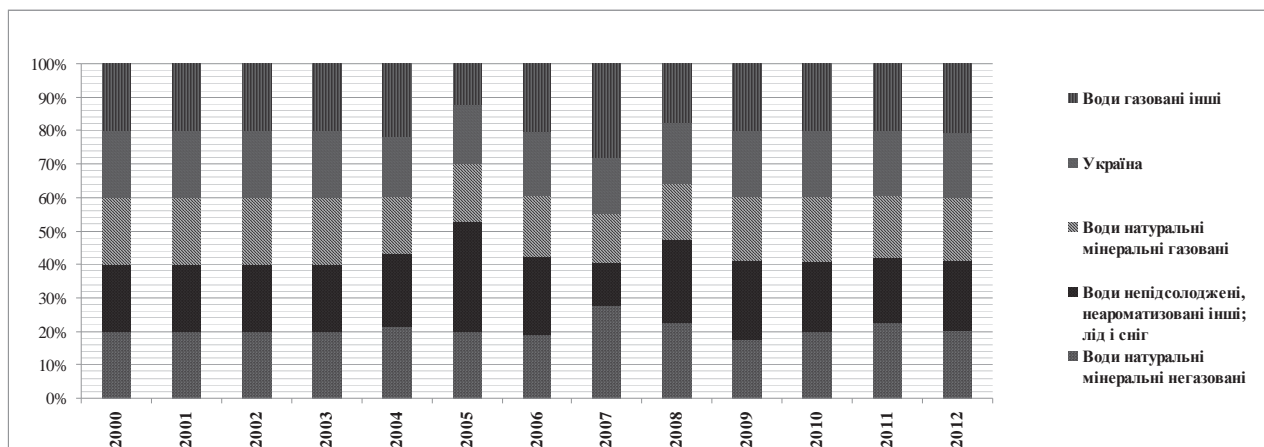


Рис. 4. Темпи росту/падіння виробництва води в Україні за період 2000–2012 роки

Джерело: сформовано на основі [6; 7].

вод натуральних мінеральних негазованих становив 2,134, тобто має місце подвоєння цього сегмента мінеральних вод.

Якщо ж брати окремо споживання води за регіонами України на душу населення, то знову ж таки перше місце займає місто Київ. У 2011 році в середньому один киянин придбав 237,7 літри, що в 5,5 разів вище аналогічного показника по Україні (рис. 7): тут найбільше було реалізовано води (табл. 1) і така закономірність зберігається по іншим регіонам. Така унікальна ситуація із споживанням води в Києві пояснюється комплексом причин, зокрема:

— в таблиці 1 наведена офіційна людиність столиці, але фактична чисельність споживачів додатково включає наступні групи: приїжджих на постійну роботу, але які офіційно не зареєстровані; жителів приміських поселень, які щоденно постійно доїжджають і працюють в столиці; транзитних пасажирів через транспортні вузли столиці; працівників торгівлі, що періодично привозять і реалізують вироблену власними силами продукцію; вітчизняних та іноземних туристів; сільських і міських жителів інших регіонів, що епізодично з різних причин відвідують столицю тощо. У результаті контингент споживачів мінеральної води в столиці, за експертними оцінками, в 2,5–4 рази перевищує офіційну чисельність жителів;

— середня заробітна плата в Києві лише офіційно у півтора рази перевищує середню по Україні, а з ураху-

ванням виплат "в конвертах" — не менше як удвічі, що, відповідно, підвищує витрати споживачів на придбання мінеральної води;

— вищий рівень культури харчування, який передбачає обов'язкове використання столових і лікувальних вод тощо.

Також вище середнього рівня споживання в країні використовується води мінеральної у північних та південних областях — відповідно 49,0 і 46,4 літрів. Нижче середнього рівня споживання води зафіксовано у західних, центральних та східних областях — відповідно 20,2 29,2 та 16 літрів на рік. Що ж стосується передумов та чинників, які за характером комплексного впливу сформували таку ситуацію, то в цьому випадку необхідно звернути увагу на такі найвпливовіші: висока частка сільського населення, яке майже не споживає бутильованої води; перебування частини жителів за межами території, на якій вони проживають (на заробітках та навчанні за кордоном і у великих містах в Україні); значно нижча середня оплата праці, ніж в Україні (в 1,2–1,5 рази); висока частка осіб в економічно активному віці, що перебувають у статусі безробітних (офіційних і прихованих); низька культура харчування тощо.

Загалом середній рівень споживання мінеральної води по Україні складає 42,9 літри на рік. У 2005 році, порівняно із 2004 року, зафіксовано рекордний приріст середнього споживання по Україні вище наведеної продукції, який дорівнював 46,5%. Максимальне значення

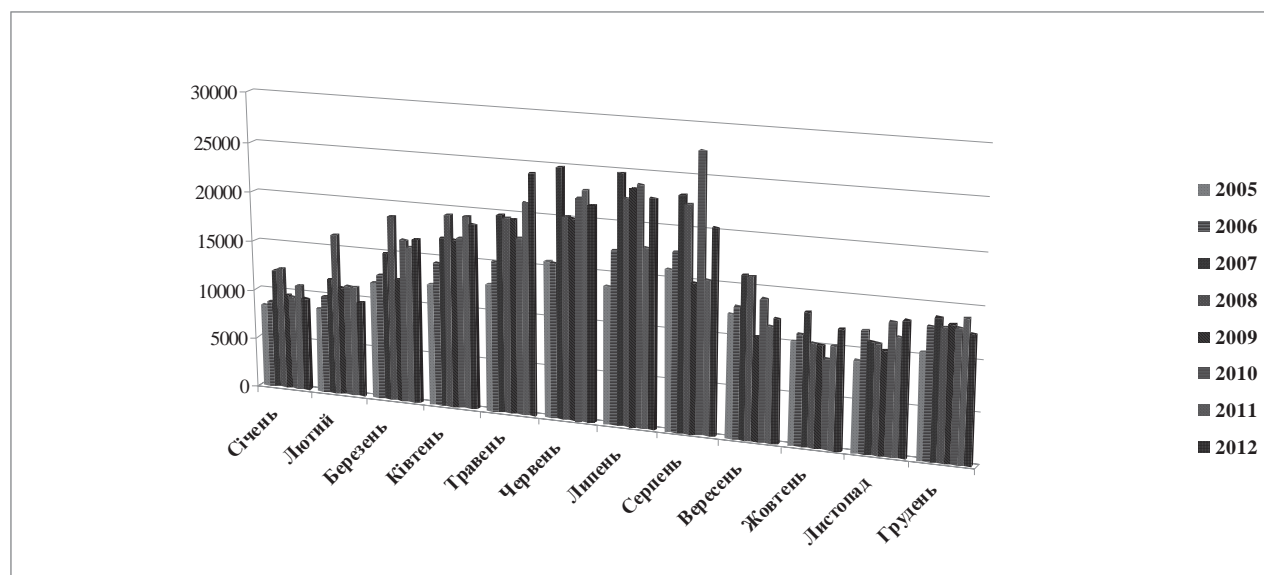


Рис. 5. Сезонні коливання виробництва мінеральної води в Україні протягом періоду 2005–2012 років

\*Джерело: сформоване на основі [7].



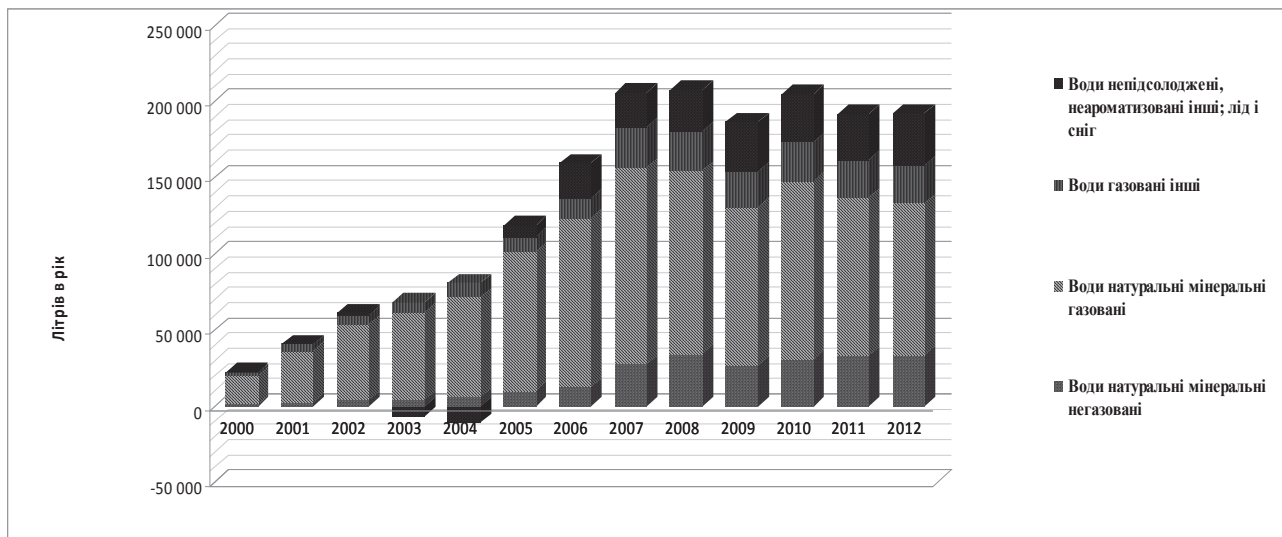


Рис. 6. Динаміка споживання води в Україні за її видами протягом періоду 2000—2012 роки

Джерело: сформовано на основі [6; 7].

цього показника було зафіксовано в 2008 та 2010 роках — 46 літрів на рік.

Також існує певна закономірність між споживанням води і доходами населення. Із таблиці 2 видно, що із зростанням доходів українці більше споживали мінеральної води: наприклад, у 2000 році середня заробітна плата на одного офіційно працюючого в Україні становила 230 грн. і споживання води було на рівні 4,6 літрів на людину, а в 2011 році оплата праці була більше ніж на порядок вище — 2633 грн і дещо менше збільшився її продаж — 42,9 літрів (показники збільшення відповідно 11,4 і 9,3 разів). Тут має місце певна неспівставність: заробітна плата на одного працюючого, а споживання води на одну душу населення.

Коли ж взяти окремо споживання в Україні води за видами, то найвищий рівень споживання мінеральних вод на душу населення зафіксовано у сегменті — води натуральні мінеральні газовані — 21,8 літра на рік. Це утричі більше, ніж споживання вод натуральних мінеральних негазованих та вод непідсолоджених, неароматизованих інших, льоду і снігу — 7,5 літрів (рис. 8). Найменше купується на душу населення інших газованих вод — 5,5 літрів. У 2000 році споживання вищенаведених товарних позицій складало: води натуральні мінеральні негазовані — 0,3 літрів, води натуральні мінеральні газовані — 3,8 л, води газовані інші — 0,4 л та води непідсолоджені, неароматизовані інші, лід і сніг — 0,1 л. Рекордні обсяги споживання були зафіксовані: для води

натуральні мінеральні негазовані у 2008 році — 7,6 літрів; води натуральні мінеральні газовані у 2007 — 27,8 л; води газовані інші у 2008 — 5,7 л та води непідсолоджені, неароматизовані інші, лід і сніг у 2012 р. — 7,5 літрів.

У 2012 році майже у всіх регіонах України було зафіксовано певне зниження обсягів споживання мінеральної води на душу населення. У розрізі регіонів це становило: м. Київ -1,8%, Північ -1,5%, Схід -2,3%, Південь -3% та Центр -2,2% (рис. 9). Захід України продемонстрував мінімальне зростання на рівні 0,1%. Найвищі темпи зростання по окремих регіонах ринку мінеральної води були зафіксовані у 2001—2002 роках. Зокрема, споживання мінеральної води у 2001 році порівняно із 2000 роком в центральних та східних областях зросло більш як у 2 рази — відповідно в 2,233 і 2,384. У 2002 році порівняно із попереднім періодом в західному регіоні ріст споживання води склав 234,5%. Найгірші показники споживання мінеральних вод зафіксовані у 2009 році порівняно із 2008 роком, усі регіони України зафіксували зниження в межах від 7,4% на заході до 14,1% в східних областях.

При дослідженні ринку мінеральної води було виявлено залежність споживання води від кількості міського та сільського населення у регіоні (табл. 3). Так, у місті Києві 100% міського населення, тому тут спостерігається найбільший рівень споживання по Україні (табл. 3). По інших регіонах немає чітко вираженої тенденції, оскільки у селах теж споживають мінеральні

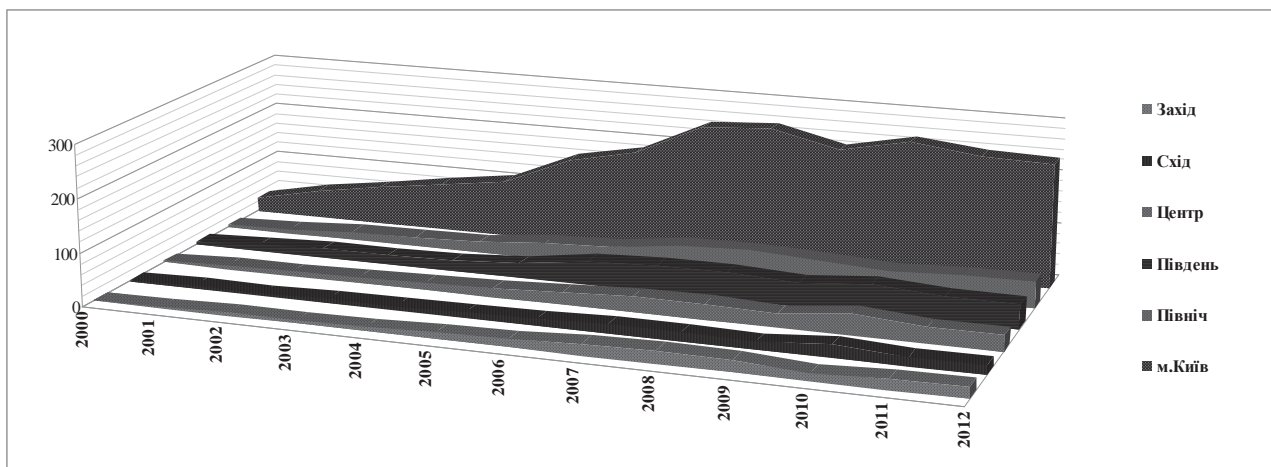


Рис. 7. Споживання води за регіонами України на душу населення протягом періоду 2000—2012 роки

Джерело: сформовано на основі [6; 7].

**Таблиця 1. Реалізація та споживання води по регіонах України**

Регіон	2000 рік			Регіон	2011 рік			Збільшення споживання 2011: 2000 = %
	Населення, о	Реалізовано води (тис. дал)	Спожито на одну особу, л		Населення	Реалізовано води (тис. дал)	Спожито на одну особу, л	
м. Київ	2 637 100	7 172	27,2	м. Київ	2812521	66849	237,7	871,3
Захід	11 205 100	1 933	1,7	Захід	10671820	21548	20,2	1188,2
Північ	5 817 400	3 032	5,2	Північ	5234957	25889	49,5	951,9
Схід	10 441 700	1 844	1,8	Схід	9422971	15110	16,0	888,9
Південь	9 464 500	5 708	6,0	Південь	8786638	40770	46,4	773,3
Центр	9 725 400	3 136	3,2	Центр	8715512	25440	29,2	912,5
Україна	49 291 200	22 826	4,6	Україна	45644419	195605	42,9	932,6

Джерело: сформоване на основі [6; 7].

**Таблиця 2. Середня заробітна плата по Україні, грн.**

Регіон	Заробітна плата	Заробітна плата	Приріст 2011: 2000 = %
	2000 рік	2011 рік	
м. Київ	405	4012	990,6
Захід	166	2082,75	1254,7
Північ	194	2245,75	1157,6
Схід	251,3	2737,3	1089,3
Південь	230	2341,4	1018
Центр	199,4	2322,8	1164,9
Україна	230	2633	1144,8

Джерело: сформовано на основі [6].

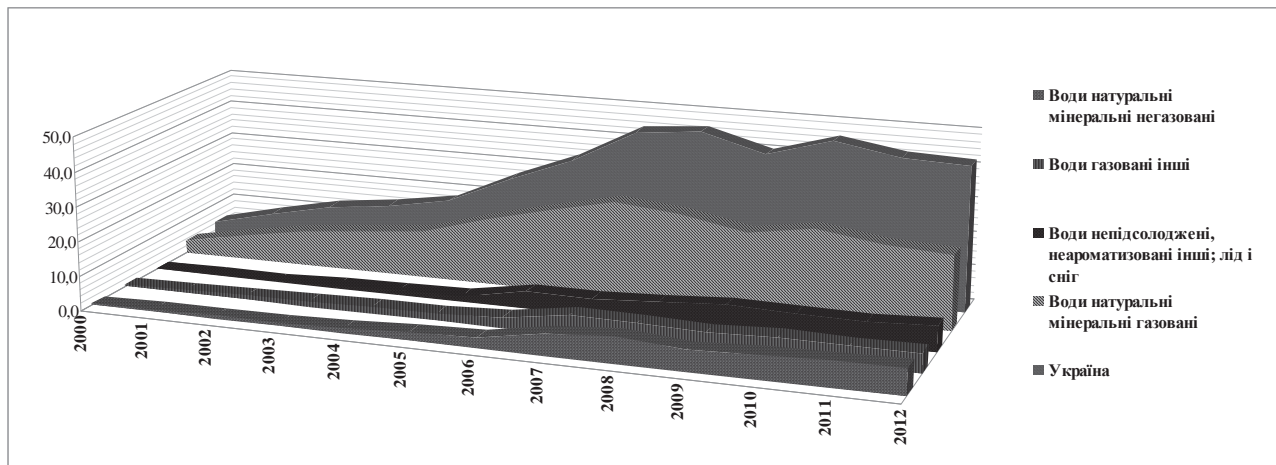
води, але переважно натуральні мінеральні води та інші мінеральні води, інші види вод майже не споживають, оскільки кожне домогосподарство має свій колодязь або водозабірну скважину.

Узагалі, збільшення обсягів споживання тарованої води спричинено кількома факторами, зокрема: погіршенням екологічної ситуації; активними рекламними компаніями торгових марок виробників вод; популяризацією в ЗМІ активного та здорового способу життя; високим рівнем обізнаності населення про хімічний склад та корисність мінеральної води; наближенням до європейських норм і традицій водоспоживання тощо.

Загалом, ключовими чинниками споживчого вибору на ринку мінеральних вод України виступають смак (28%), впевненість у якості (20%), доступна ціна (15%), лікувальні властивості (14%), відомість марки (11%). Найменше споживачів звертають увагу на мінеральний склад (7%), на зовнішній вигляд і оформлення (3%) та на інші чинники (2%). Саме відомість марки, а також впевненість у якості фактично і створюють базис для високої вартості бренду вод, в основу якого, як правило, намагаються закласти усі п'ять чинників [2].

Доречно привернути увагу і до перспектив розвитку вітчизняного ринку мінеральної води. Вище зазначалося, що загалом в Україні в розрахунку на душу насе-

лення споживається в річному обчисленні води утричі менше, ніж в Європі. Отже, існує вагома незаповнена ніша в сфері споживання мінеральної води, яка буде поступово звужуватись по мірі розширення уподобань вітчизняного споживача, підвищення рівня його доходів, зростання обсягів видобутку та удосконалення асортименту товарів з води, запровадження сучасних схем маркетингу та дистрибуції таких виробів. Це стане можливим на основі впровадження інноваційних технологій у всі ланки сировинно-продуктового ланцюга, але успішне вирішення таких складних проблем можливо лише для великих підприємств, вітчизняних і міжнародних корпорацій. Отже, у перспективі будуть продовжуватись процеси концентрації виробництва на основі злиття чи поглинання дрібних підприємств провідними гравцями на ринку мінеральної води або ж у гіршому випадку — їх економічного чи технологічного банкрутства. Проникнення у цей сектор зарубіжних корпорацій є підстави розглядати як позитивний чинник, що супроводжується: проведенням докорінної інноваційно-технологічної модернізації вітчизняних підприємств, що попали в сферу їх інтересів; впровадженням сучасних систем якості продукції; розширенням та удосконаленням асортименту виробів із води; впровадженням сучасних моделей організації дистрибуторської мережі та реалізації виробленої продукції; використанням діючої системи дистрибуції продукції материнської компанії за кордоном для реалізації вітчизняних виробів; підвищенням конкурентоспроможності підприємств і виробленої продукції; просуванням у вітчизняний простір сучасних систем харчування і вживання мінерально-столових вод тощо. У результаті це дозволить суттєво просунутись на шляху оптимізації виробництва продукції зі зростаючими запитами споживачів, гармонізувати вітчизняні стандарти у цій сфері із відповідними європейськими та міжнародними, підвищити якість бутильованих вод та ін.



**Рис. 8. Споживання в Україні води за видами на душу населення протягом періоду 2000—2012 роки**

Джерело: сформовано на основі [6; 7].

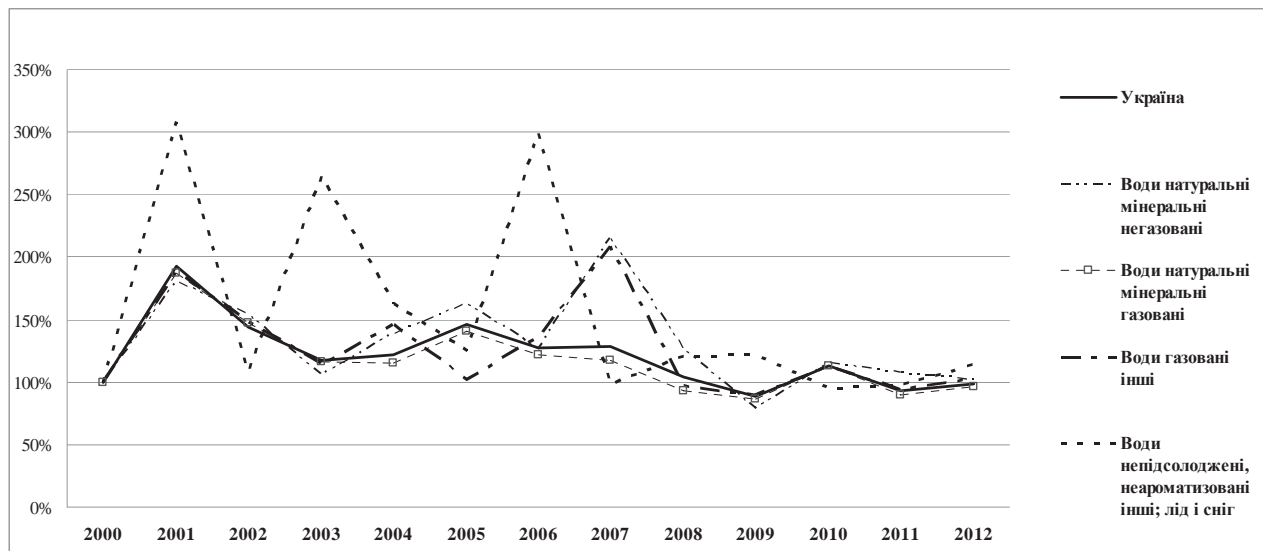


Рис. 9. Темпи росту/падіння споживання води по регіонах на душу населення в Україні протягом періоду 2000—2012 роки

Джерело: сформовано на основі [6; 7].

**ВИСНОВОК**

Ринок мінеральних вод, на відміну від інших галузей національної економіки, має сприятливі перспективи для подальшого розвитку, оскільки Україна характеризується доволі низьким рівнем споживання бутильованої води — лише 40—46 л на людину, а це в кілька разів менше порівняно з європейськими країнами, де припадає на душу населення 150—170 літрів [6]. Але на даний час він переживає не найкращі часи, оскільки спостерігається скорочення підприємств, яке спричинене рядом факторів: економічною кризою, погіршенням економічної кон'юнктури та політичною і соціальною нестабільністю. Узагалі цей ринок можна назвати монополістичним, оскільки на ньому присутні великі компанії, які володіють унікальними за складом водами, мають великі потужності та, перш за все, великий капітал, котрий спрямовують на технічний розвиток підприємств, рекламні компанії та на підвищення кваліфікації працівників. Таким чином витісняють або поглинають підприємства з низьким економічним розвитком. Отже можна констатувати, що на ринку мінеральних вод існує велика конкуренція, умови входження на ринок не є легкими, але доступ можливий. У цього ринку великі перспективи.

**Література:**

1. Рождественська Л.Г. Статистика ринку товарів і послуг: Навч. посіб. / Л.Г. Рождественська. — К.: КНЕУ, 2005. — 419 с.
2. Олесюк О. Невагоме багатство ринку мінерально-столових вод України / О. Олесюк // Маркетинг в Україні. — 2009. — № 2. — С. 17—22.
3. Шаповалова І.О. Державне регулювання ринку мінеральних вод / І.О. Шаповалова // Культура народів Причорномор'я. — 2009. — № 155. — С. 77—80.
4. Заїнчковський А.О. Розвиток інтеграційного простору на ринку мінеральної води / А.О. Заїнчковський, А.М. Кушніренко // Наукові праці НУХТ. — 2011. — № 41. — С. 141—144.
5. Обіюх Н. М. Правові аспекти використання природних мінеральних вод в Україні / Н. М. Обіюх // Науковий вісник НУБіП України. — 2011. — Вип. 165. — Ч.1. — С. 192—199.
6. Статистичний щорічник України за 2011 рік / [за ред. О.Г. Осауленко, відп. за вип. О.Е. Остапчук]. — К.: ТОВ "Август Тренд", 2012. — 558 с. — (Держкомстат України).

Таблиця 3. Кількість сільського та міського населення по регіонам, у %

Регіон	2011 рік	
	Міське населення, у %	Сільське населення, у %
м. Київ	100	-
Захід	48,84	51,16
Північ	59,125	40,88
Схід	85,9	14,1
Південь	68,16	31,84
Центр	60,9	39,1
Україна	69,2	30,8

Джерело: сформовано на основі [6].

7. Інформаційно-аналітичне агентство [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.souz-inform.com.ua>

8. Дослідження обсягів виробництва та реалізації мінеральної води в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://freepapers.ru>

**References:**

1. Rozhdestvens'ka L.G. Statistika rinku tovariv i poslug: Navch. posib. / L.G. Rozhdestvens'ka. — K.: KNEU, 2005. — 419 s.
2. Olesyuk O. Nevagome bagatstvo rinku mineral`nostolovix vod Ukraini / O. Olesyuk // Marketing v Ukraini. — 2009. — № 2. — S. 17—22.
3. Shapovalova I.O. Derzhavne reguluvannya rinku mineral`nix vod / I.O. Shapovalova // Kul`tura narodiv Prichornomor'ya. — 2009. — № 155. — S. 77—80.
4. Zainchkovs`kii A.O. Rozvitok integraciinogo prostoru na rinku mineral`noi vodi / A.O. Zainchkovs`kii, A.M. Kushnirenko // Naukovi praci NUXT. — 2011. — № 41. — S. 141—144.
5. Obiyux N. M. Pravovi aspekti vikoristannya prirodnix mineral`nix vod v Ukraini / N. M. Obiyux // Naukovii visnik NUBiP Ukraini. — 2011. — Vip. 165. — CH.1. — S. 192—199.
6. Statistichnii schorichnik Ukraini za 2011 rik / [za red. O.G. Osaulenko, vidp. za vip. O.E. Ostapchuk]. — K.: TOV "Avgust Trend", 2012. — 558 s. — (Derzhkomstat Ukraini).
7. Informaciino-analitichne agentstvo [Elektronni resurs]. — Rezhim dostupu: <http://www.souz-inform.com.ua>
8. Doslidzhennya obsyagiv virobnictva ta realizacii mineral`noi vodi v Ukraini [Elektronni resurs]. — Rezhim dostupu: <http://freepapers.ru>

Стаття надійшла до редакції 08.05.2013 р.