

17. ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

А.М. Кушніренко

Національний університет харчових технологій

Одним з пріоритетних завдань активної діяльності підприємств в умовах ринкових відносин є вивчення поведінки кінцевого споживача, а саме проведення маркетингового аналізу потреб, уподобань, смаків тощо. Це дозволяє виробникам на ринку мінеральної води враховувати потреби їх потенційних споживачів, адаптуватись до змін рівня попиту на ринку та володіти інформацією щодо діяльності конкурентів, щоб забезпечити прибутковість підприємств. Також стає необхідним використання ефективності різних форм і методів збуту товарів, а саме здійснення спостережень по формуванню запитів населення, створення іміджу підприємства-виробника. Тому вивчення попиту на мінеральну воду, а також факторів, що впливають на його формування, постає необхідною умовою розвитку діяльності підприємств, спрямованої на розширення виробництва та отримання максимальних прибутків.

Метою дослідження є аналіз чинників, що впливають на рівень формування попиту населення на мінеральну воду в Закарпатській області та запропонувати заходи державного регулювання на ринку мінеральної води.

З метою визначення рівня попиту на ринку мінеральної води, було проведено анкетування серед населення в Закарпатській області. Загальна характеристика респондентів наступна: загальна кількість опитаних становить 125 осіб, серед яких 40 % міське населення, а 60 % — сільське, з них 22 відсотки респондентів у віці до 30 років; 46 відсотки — у віці від 31-45 років; 21 відсоток складають від 46 – 60 років; та вік опитуваних, який становить більше 61 року — 11 відсотків. Освітній рівень опитуваних такий: 6 відсотків — неповна середня освіта; 63 відсотки — середня спеціальна; 20 відсотків — середня; 6 відсотків становлять респонденти з незакінченою вищою освітою; а також 5 відсотків з опитуваних мають вищу освіту.

Для того, щоб оцінити платоспроможний попит населення потрібно з'ясувати доходи споживачів. Місячний дохід домогосподарств у розрахунок на одну особу у 18 відсотків респондентів менший за 600 грн., у 34 відсотків від 601 до 800 грн., у 40 відсотків — від 801 до 1 000 грн., а у 8 відсотках — більше як 1 000 гривень. Як бачимо, що частка заробітної плати є достатньо низькою, що пояснюється такими причинами: 1) низький рівень продуктивності праці; 2) виплата неофіційної заробітної плати.

Виявилось, що 76 % опитаних надають перевагу газованій мінеральній воді, лише 24 % — споживають негазовану. Тому дослідження на ринку мінеральної води показує, що найбільшим попитом користується газувана мінеральна вода, а саме об'єм споживання якої становить від 1,0 – 1,5л, що в загальній сукупності складає 32 % респондентів, також відомо, що 28 % споживачів випивають більше ніж 1,5л. на день газованої мінеральної води, і лише 16 % опитуваних споживають від 0,5 – 1л. на день.

Тенденції споживання негазованої мінеральної води значно менші, тому що серед населення порівно розділилися споживачі (по 10 %) між споживанням води від 0,5 – 1л. та від 1 – 1,5л. на добу, лише тільки 4 % респондентів випивають негазованої мінеральної води більше ніж 1,5л. на добу.

Закупівля мінеральної води здійснюється в основному через невеликі магазини (65 % респондентів), наступне місце займають супермаркети, яким надає перевагу 29 % опитуваних, і тільки 6 % купують мінеральну воду на ринку.

На вибір споживача при купівлі продукту впливає хто саме є виробником мінеральної води, про це засвідчили 71 % респондентів, тільки 29 % відповіли, що не впливає. Як бачимо, створений імідж виробника та вмiло розгорнута рекламна діяльність, а саме широка інформованість серед населення може сконцентрувати увагу на своєму продукті та створити певний попит на воду.

Також важливе значення відіграє хiмiчний склад мiнеральної води, про це зазначили 54 % респондентів, тобто попит формується під впливом характеристик та властивостей продукції, що реалізуються на ринку.

Отже, формування попиту на мiнеральну воду здійснюється під впливом багатьох факторів, а саме: демографічних, регіоналістичних, економічних, для аналізу яких використовувались статистичні показники, що дало змогу з'ясувати окремі проблемні питання, зробити висновки та надати пропозиції.

Для забезпечення формування якісно нового попиту населення на профілактично-лікувальну продукцію, доцільно організувати моделі забезпечення здорового харчування, які, в першу чергу, будуть реалізовуватись через програми здорового споживання та лікування мiнеральною водою з врахуванням останніх досягнень медицини в області раціонального збалансованого харчування та пріоритетності споживання продуктів.

Однак, для забезпечення належного рівня якості та доступності мiнеральних вод серед споживачів державою повинні застосовуватись заходи державного регулювання такі як: підвищення платоспроможного попиту населення, здешевлення кредитів та пільговий режим оподаткування підприємств-виробників мiнеральної води, фінансування геолого-розвідувальних робіт родовищ мiнеральних вод, державне регулювання ПДВ, акцизів, мита, створення ефективної системи контролю якості продукції, побудова досконалої системи захисту вітчизняного виробника від іноземної конкуренції, сприяння впровадженню інноваційної діяльності, формування ефективної системи ціноутворення на мiнеральну воду, сприяння розвитку програм залучення інвестицій.

Науковий керівник — А.О. Заїнчковський, д-р екон. наук