

ОСНОВНІ ЕТАПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВОДОВОЗНОГО БІЗНЕСУ ТА ЙОГО ЕФЕКТИВНІСТЬ

Корецький С.А., учасник проекту «Норвегія-Україна.
Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему»
Арестенко Т.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу
*Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного*

Як відомо, стан організму людини залежить від повітря, способу життя, якості продуктів харчування, а також питної води. Забруднена питна вода згубно впливає на здоров'я людини. Вона є найпростішим хімічним компонентом живої матерії, яка об'єднує усі організми, які населяють нашу планету. Забезпечення населення якісною питною водою, особливо в умовах пандемії COVID-19, проблема дуже актуальна, яка може бути покладена в основу прибуткового бізнесу [3].

Ринок бутильованої води росте щорічно на 15-20%. Останнім часом все більшою популярністю користується доставка води додому або в офіс. Кулери встановлюють в школах, фітнес-центрах, виробничих приміщеннях. Але якісна вода є не найголовнішою деталлю для ведення успішного бізнесу в даній сфері. Чиста вода і красива етикетка не забезпечить достатню кількість клієнтів. Головне завдання, яке необхідно вирішити, звідки взяти клієнтів, як надати якісні послуги. Щоб організувати свою фірму з доставки чистої води необхідно налагодити логістику, грамотно розмістити рекламу. Це дві найважливіші складові [4, 5].

Метою дослідження є розробка проекту з забезпечення мешканців м. Мелітополя та району питною бутильованою водою відповідної якості.

Нами було обрано найпростіший і недорогий спосіб організації бізнесу на воді – дилерство, яке не потребує значних витрат. Першим кроком при цьому був пошук надійного виробника води та підписання з ним довгострокового договору, а наступним – пошук клієнтів та реклама. Основними замовниками продукції є: офіси; квартири; будинки; заклади сегменту HoReCa - ресторани і кафе.

Основними інструментами просування продукції на даному ринку вважаємо друковану рекламу (в тому числі візитки); рекламні наклейки на автомобілі, що здійснює доставку; прайс-листи, презентації, що можна розсилати поштою; директ-маркетинг; таргетовану рекламу у соціальних мережах; персональний продаж [1, 2].

Основним партнером було обрано компанію «Aqua Star», що забезпечує водою підприємця.

На які витрати повинен розраховувати підприємець? Перш за все, потрібно придбати необхідне обладнання. Крім транспорту, для відкриття служби доставки потрібно закупити 19-літрові бутлі, що виготовляються з полікарбонату (термін зберігання води в них - 6 міс.). Вартість їх становить 80 – 85грн./шт. Також бажано придбати підставку для ручного перенесення бутлів - вона обійдеться в 170 грн. і дасть можливість заощадити на вантажника.

По-друге, потрібно ретельно продумати рекламу і способи залучення клієнтів., про що було сказано раніше

По-третє, облаштування складу для зберігання бутлів. Для цього буде достатньо приміщення площею 10 кв.м. Можливо, у підприємця знайдеться підходяще приміщення у власності. В іншому випадку доведеться орендувати склад, що обійдеться приблизно в 1,6 – 2,3 тис. грн. додаткових витрат.

Розрахунки показали, що орієнтовна собівартість 1л води складе 1,60 грн., а бутлі об'ємом 19 л – 30,4 грн. При реалізації 30 бут/день витрати за місяць складуть 20064 грн, виручка від реалізації 39600 грн., прибуток – 19534 грн. Рівень рентабельності при цьому складе 97%. Тобто проект ефективний і може бути рекомендований для впровадження.

Список літератури:

1. Арестенко Т.В., Арестенко В.В. Перспективні напрями розвитку ринку маркетингових досліджень у системі SOCIAL MEDIA MARKETING. *Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка»*. – Тернопіль, 2017. №1-2 [67]. С. 109 – 113.

2. Арестенко Т.В., Арестенко В.В. Рекламний менеджмент: аналіз тенденцій та особливостей розвитку медійного ринку України. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2014. № 3(27). С. 29-32.

3. Від ідеї до власної справи: навч. посіб./ А.С. Коноваленко та ін. Мелітополь, 2017. 250с.

4. Шквиря Н.О. Інформаційне забезпечення інноваційних рішень на засадах маркетингу. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2013. № 2(22). С. 288-294.

5. <http://coolbusinessideas.info/osobennosti-biznesa-po-dostavke-vody/>