

УДК [634.8+663.25] - 043.96 (477):005.21

Агеєва І.М.

кандидат економічних наук, доцент

E-mail: agejeva@ukr.net**Небеснюк Ю.В.**

магістрант

кафедра менеджменту та логістики

Одеська національна академія харчових технологій

вул. Канатна, 112, г. Одеса, Україна, 65039

E-mail: y.nebesnyuk@mail.ru

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА НАПРЯМІВ ПОБУДОВИ СТРАТЕГІЇ ВІДНОВЛЕННЯ ВИНОГРАДАРСТВА ТА ВИНОРОБСТВА В УКРАЇНІ

В даній статті розглянуті теоретико-методичні основи щодо вдосконалення стратегічного управління у виноробній галузі України. У зв'язку з помилками, які були допущені в аграрній політиці України, виноградарство із високорентабельної галузі перетворилося у низькодоходну і навіть збиткову галузь, тому є шанс відновити галузь за рахунок побудови нової стратегії відновлення. Наведено аналіз стану розвитку виноградарства і виноробства в світі. Зроблено висновок про необхідність вдосконалення і розвитку цих галузей в Україні. Наявність об'єктивних передумов для розвитку диктують необхідність збільшення обсягів виробництва та поліпшення якості вітчизняних вин, оптимізації структури споживання алкогольних напоїв, розробки і впровадження конкурентоспроможності здатних інноваційних технологій, інтеграції в світовий ринок вина.

Ключові слова: стратегічне управління, стратегічний аналіз, виноградарство, стратегічний аналіз виноробства.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Виробництво та продаж вина є високорентабельним видом бізнесу, привабливим для інвестування. Тому перспективи розвитку виробництва та продажу вина залежать не тільки від державного регулювання, але й від макро- та мікстратегій розвитку підприємства. Вплив західної культури на українського споживача формує нові тенденції розвитку винного ринку в Україні.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Економічні проблеми виноградарства і виноробства вивчалися у працях О.М.Гаркуші, І.І.Червена, Б.В.Буркинського, І.М.Агеєвої, А.А.Бревнова, В.І.Іванченко, І.Г.Матчиної, Ю. Мокеєвої та інших вітчизняних науковців. Однак, динамічні зміни економічної ситуації в країні зумовлюють необхідність подальшого вивчення та пошуку шляхів вирішення проблем, які стримують розвиток цих суб'єктів господарської діяльності.

Формулювання цілей дослідження. Метою та завданням дослідження є обґрунтування необхідності розробки стратегії вдосконалення й розвитку виноградарства та виноробства в Україні на основі аналізу стану цієї галузі в Україні і світі.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. У наш час вино вважається елементом здорового та успішного життя. Вино (від лат. vinum та італ. vino – виноград, виноградний напій) – легкий алкогольний напій, вироблений з винограду, міцність якого набувається внаслідок спиртового бродіння свіжовіджатого виноградного соку.

Протягом останніх років вітчизняні виноробні підприємства знаходяться у тяжкому економічному стані. Разом з Кримом ми втратили до 50% всіх виробничих потужностей виноробної галузі. При цьому, як і всі інші, виноробство під впливом загальних економічних тенденцій у державі. Надзвичайно відчутним стало падіння купівельної спроможності споживача. Вино не є продуктом першої необхідності, тому багато покупців зменшують кількість покупок вина, або ж відмовляються від нього.

За даними Державної служби статистики обсяги переробки підприємствами України винограду на виноматеріали в 2012 році склали 230, 800, мільйонів тон, що на 57% менше, ніж у 2016 (рис.1).

Основними виробниками виноградних виноматеріалів в Україні до 2015 року були Одеська, Миколаївська, Херсонська області (рис. 2).

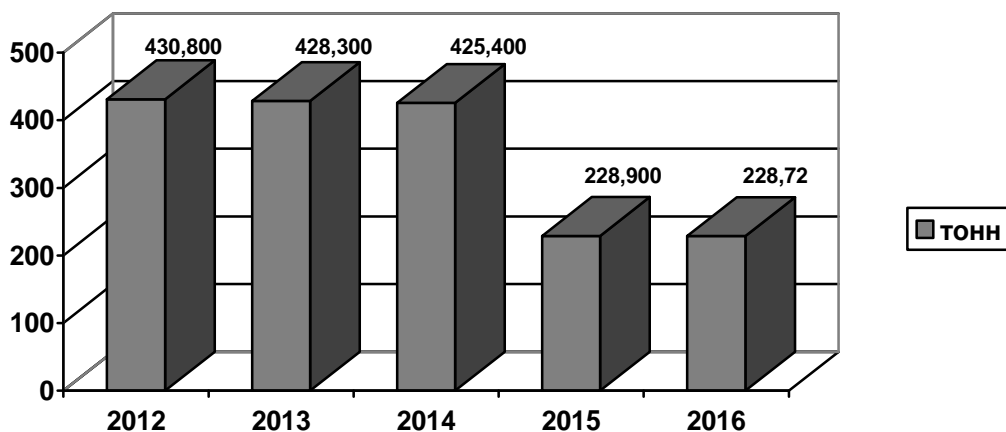


Рис. 1. Обсяги переробки винограду для виробництва вина [4]

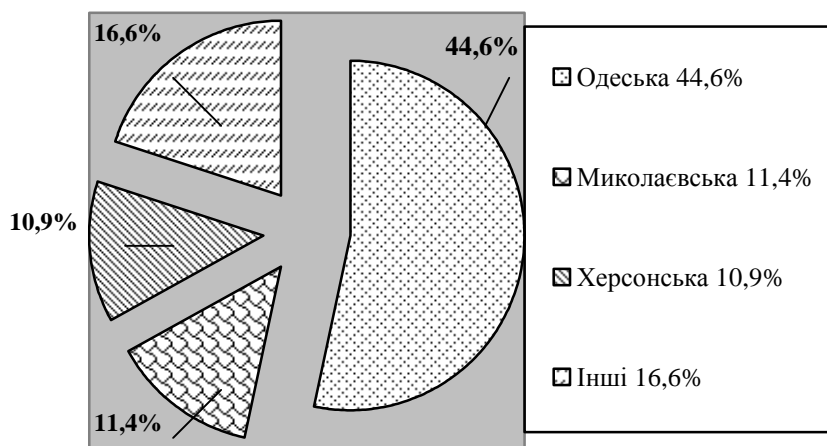


Рис. 2. Структура валового збору врожаю винограду в 2015р., % [7]

Найбільшу частку в структурі збору врожаю з виноградників займає Одеська область. У 2015 році тут було зібрано 256,5 тис. тонн винограду, що складає 44,6% в загальному обсязі. Це обумовлено тим, що в області зосереджені найбільші площі насаджень, більше 30 тис. га [7].

Скорочення площ виноградників у всіх регіонах України обумовлює невідповідність між потребою виноробного виробництва в сировині і можливостями сировинної бази, що породжує такі проблеми:

- дефіцит сировини, який заповнюється за рахунок імпорту виноматеріалів;
- незадовільний сортовий склад виноградних насаджень: мало сортів шампанського напрямку (Шардоне, групи Піно та ін.), червоних і аборигенних сортів;
- високі ціни на вітчизняну сировину і продукти її переробки;
- слабка фінансова підтримка державних наукових установ і навчальних закладів, які займаються проблемами створення й використання необхідної матеріально-технічної бази виноградарства та виноробства, через що ці галузі відстають від світових та європейських стандартів.

Визначаючи стратегію розвитку виноробної галузі, необхідно оцінити ємність внутрішнього українського ринку вина. Місткість ринку вина в Україні з кожним роком значно скорочується. Так, в 2012 році виробництво вина становило 29 млн. дал, а в 2015 - 11 млн. дал (рис. 3).

Сучасний стан виноградарства несприяє розвитку вітчизняного виноробства. В умовах глобалізації ринку вина, вступу України до СОТ, підготовки до інтеграції з Євросоюзом загострюється конкуренція, що потребує перебудови галузі таким чином, щоб її продукція відповідала високим світовим вимогам [5,3].

На недостатній розвиток саме культури споживання вина в Україні здебільшого впливають наступні фактори:

- закріплений міф про те, що Україна є східною країною, для якої характерне споживання саме міцних алкогольних напоїв, таких як горілка;
- нерозвиненість власної сировинної бази;
- висока вартість кінцевого продукту через нестачу виноматеріалів власного виробництва.

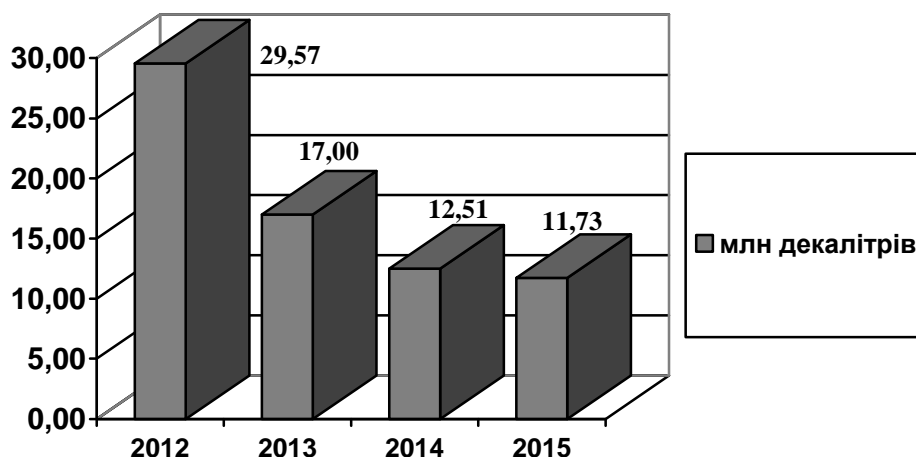


Рис. 3. Виробництво вина в Україні [6]

Низька культура споживання вина в Україні підтверджується і дослідженням, проведеним Калі-

форнійським інститутом вина у 2015 році (табл. 1).

Таблиця 1

Виробництво та споживання вина у світі за 2015 рік [4,9]

Виробництво вина, тис. л/рік	Споживання вина на душу населення, л/особу
1. Італія (4082900)	1. Ватикан (73,78)
2. Франція (4047700)	2. Андорра (46,41)
3. Іспанія (3150000)	3. Франція (44,19)
4. США (2760400)	4. Сен-П'єр та Мікелон (43,57)
5. Китай (1381600)	5. Словенія (43,47)
6. Аргентина (1177800)	6. Хорватія (42,59)
7. Австралія (1155000)	7. Македонія (41,54)
8. ПАР (1086500)	8. Португалія (40,93)
9. Чилі (1001000)	9. Швейцарія (40,44)
10. Німеччина (890300)	10. Острів Норфолк (39,90)
11. Росія (620000)	11. Італія (37,54)
...	...
18. Україна (215000)	88. Україна (4,61)

Якщо за рівнем виробництва вина Україна займала 18 місце у світі, то за рівнем споживання вина на душу населення тільки 88.

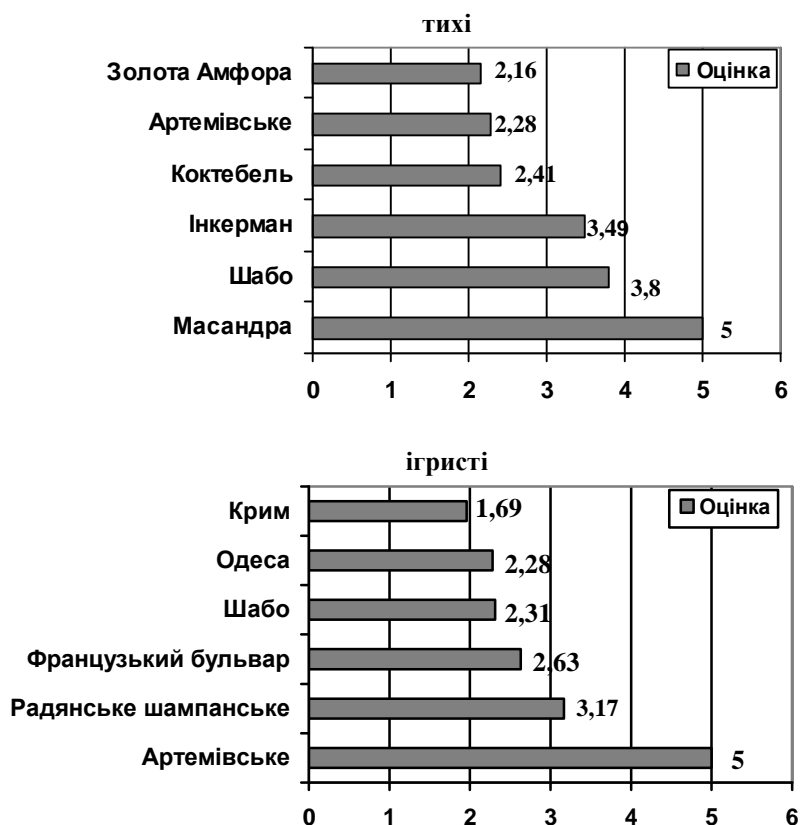
Культура споживання алкогольних напоїв, в тому числі і вина в Україні істотно відрізняється від інших Європейських країн.

На жаль, до вибору вина вітчизняний споживач підходить менш раціонально ніж європейці. Для сучасного споживача в Україні важливий зовнішній вигляд пляшки і її вартість. Мало хто звертає увагу на склад, сорт винограду, витримку і т.д. Цими критеріями вибору користуються тільки особливо витончені покупці, які в більшій мірі віддають перевагу продукції імпортного виробництва. Рейтинг споживчих переваг по маркам / виробникам тихих та ігристих вин вітчизняного виробництва станом на червень місяць 2015р. * наведено на рисунку 4 [7].

Серед вітчизняних торгових марок найбільшу перевагу в сегменті натуральних тихих вин українські споживачі віддають ТМ «Масандра». Компанія має широкий асортимент продукції і давню історію, що збільшує лояльність покупців. Далі за рейтингом ТМ: «Шабо», «Інкерман» та інші.

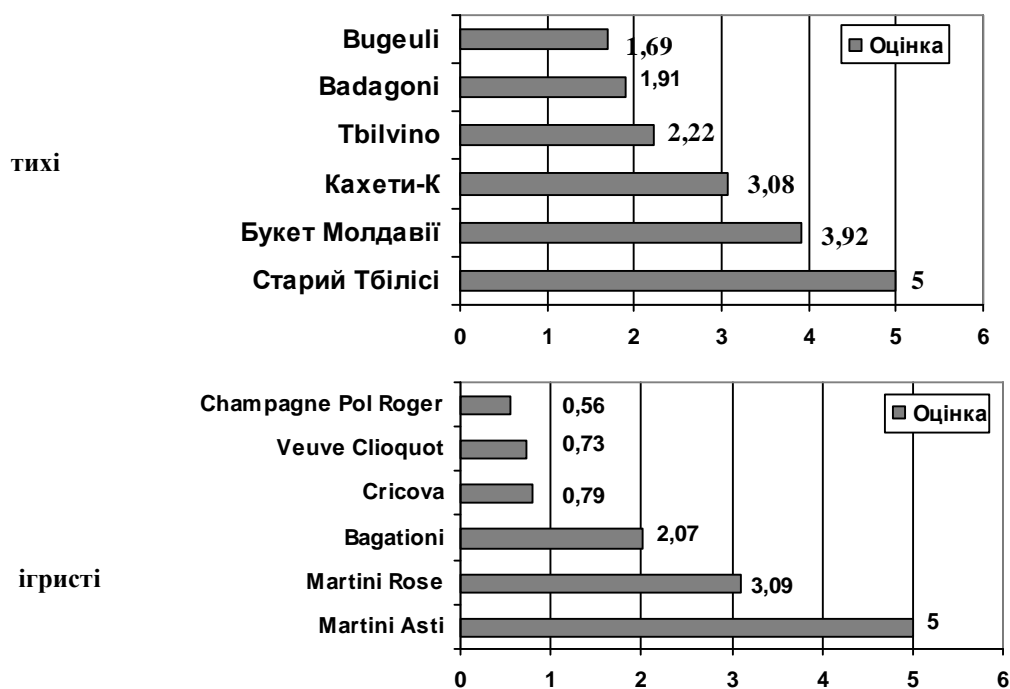
У сегменті ігристих вин, безперечним лідером залишається Артемівський завод шампанських вин. Не менш популярною є продукція Київського заводу під відомою назвою «Радянське шампанське». Далі розмістилися ТМ з Одеси: «Французький бульвар», «Шабо», «Одеса». Замикає рейтинг ігристі вина під ТМ «Крим»[7].

Рейтинг споживчих переваг по маркам/виробникам тихих та ігристих вин імпортного виробництва станом на червень місяць 2015р. * наведено на рис. 5.



* максимальна позначка рейтингу є оцінка 5

Рис. 4. Рейтинг споживчих переваг тихих та ігристих вин станом на червень місяць 2015р. *[7]



*максимальна позначка рейтингу є оцінка 5

Рис.5. Рейтинг споживчих переваг по маркам / виробниках тихих та ігристих вин імпортного виробництва станом на червень місяць 2015р. *[7]

Серед імпортих тихих вин споживачі віддають більшу перевагу продукції грузинських ТМ. Так, найвищу оцінку отримала ТМ «Старий Тбілісі», що відрізняється особливою якістю виготовленої продукції. На другому місці, не менш популярна серед українських споживачів продукція марки ароматизованих вин «Букет Молдавії».

Серед ігристих вин, лідером є «Martini» - марка вироблена в Італії вермуту, названого на ім'я гуральні Martini & Rossi в Туріні. Так, «Martini Asti» займає перше місце з оцінкою в 5 балів, а «Martini Rose» друге. На третьому місці представник грузинського виноробства ТМ «Bafrationi»[7].

Незважаючи на потенціал українських виробників, на ринку як і раніше зберігає стійкі позиції продукція імпортих торгових марок. Велику роль у

формуванні попиту зіграла доступність імпортного вина. Після скасування ввізних мит в 2011 році пропозицію імпортих вин розширилося і наблизилося до ціни вітчизняної продукції.

Крім цього лояльність до імпортих ТМ у споживачів в Україні значно вище, так як існує думка про недобросовісність вітчизняних виноробів і використанні при виробництві вина спеціального порошку.

Таким чином, відзначимо, що конкуренція на ринку напружена, тому що виробникам доводиться боротися за лояльність споживача, пропонуючи не тільки високу якість, але і доступну ціну.

У період з 2013 по 2015 рік на ринку зовнішньої торгівлі істотно змінилися пріоритети (рис.6).

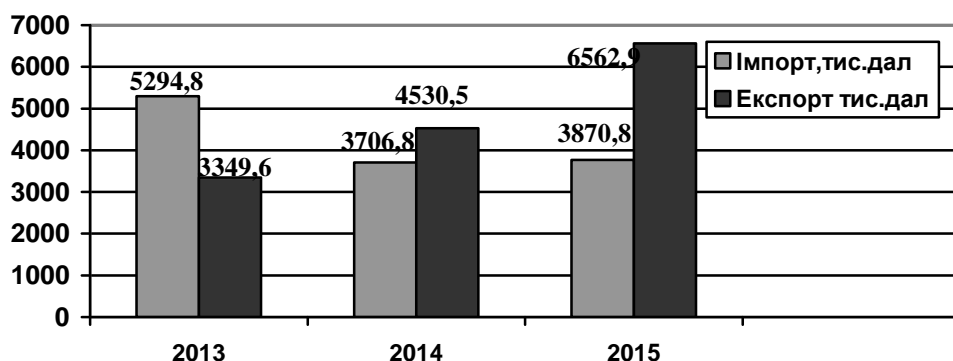


Рис.6. Динаміка зміни обсягів зовнішньої торгівлі вина в Україні в 2013-2015рр., натуральне вираження, тис. дал [7]

Імпорт продукції рухається до зниження, а експорт навпаки набирає обертів. Ще в 2013 році було переважання імпорту над експортом було на рівні 67%, але вже через 2 роки перевага склав 63,5% на

користь експорту [7]. Розглянемо динаміку географічної структури експорту і імпорту вина (рис. 7,8).

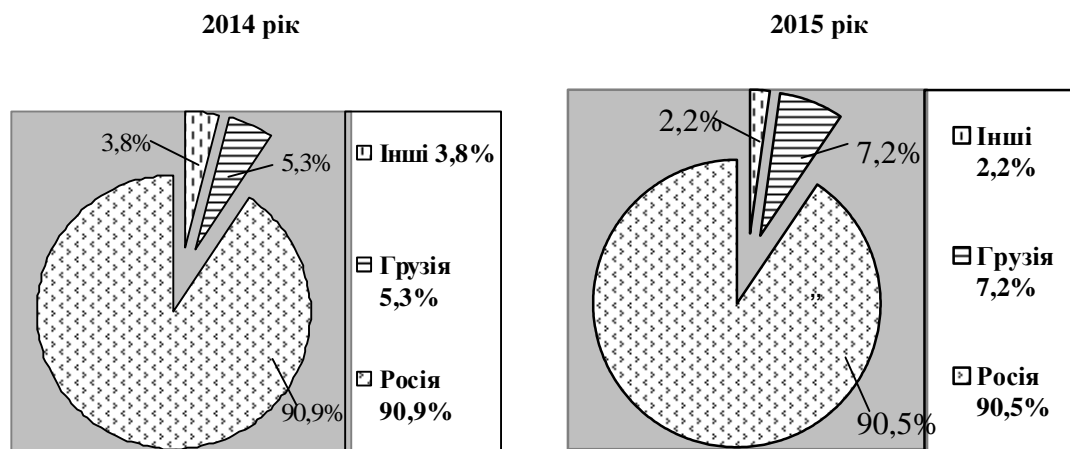


Рис.7. Географічна структура експорту вина з України в 2014-2015 рр., натуральне вираження,%[7]

У географічній структурі експорту переважають поставки в Росію. В даному напрямку відправ-

ляється близько 90% вітчизняної продукції.

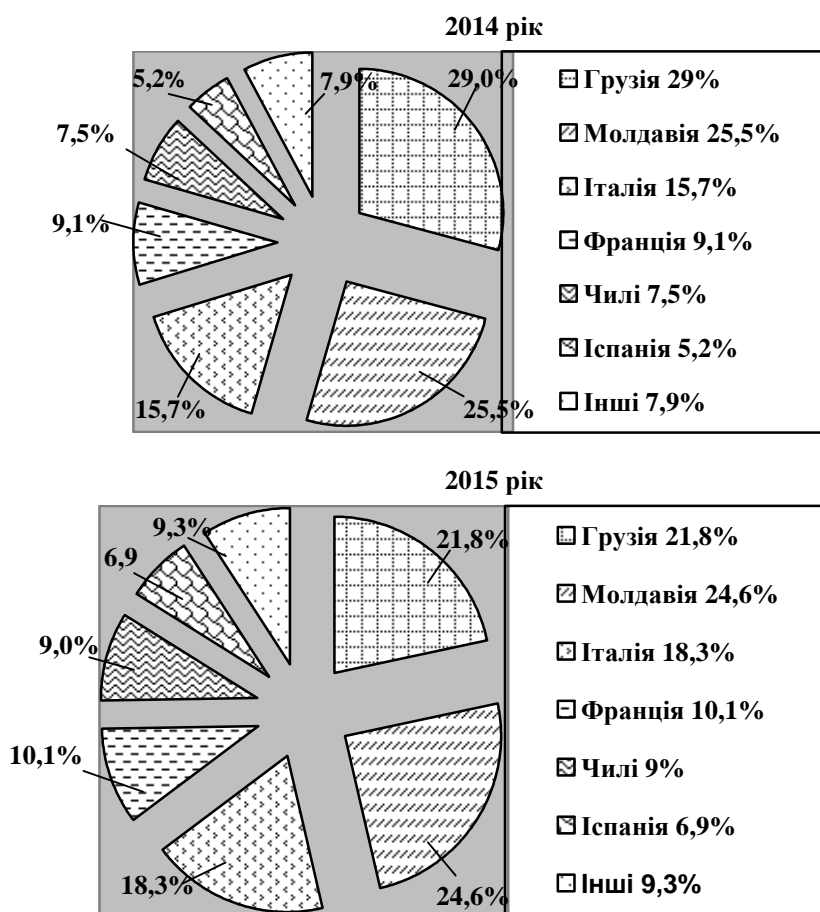


Рис.8. Географічна структура імпорту вина в Україну в 2014-2015 рр., натуральне вираження, % [7]

В Україну імпортується продукція з головних виноробних регіонів світу. Так, в натуральному вираженні частка грузинського імпорту в 2014 році становила 29,0%, але в 2015 році цей показник знизився до 21,8%. Другим великим імпортером є Молдова, на частку якої в 2014 році припадало 25,5% імпорту. Меншими частками в структурі імпорту продукції мають Італія та Франція. Найчастіше вина, що поставляються з цих країн, відрізняються особливою якістю і відповідною вартістю. Продукція виноробів з Італії та Франції належить до більш дорогого сегменту. Середня ціна вин вироблених в цих країнах становить 70-90 грн за літр, але частіше вище [7,10].

Прогнози щодо розвитку виноградарства в Україні будуть визначатися загальноекономічною ситуацією в державі і здатністю галузі оперативно реагувати на гострі виклики сьогодення. Однак загальна тенденція бачиться малопозитивною. Галузь практично втратила суттєві обсяги державної підтримки на макrorівні за рахунок Збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства. Якщо у 2010 році на підтримку цих галузей було виплачено майже

413 мільйонів гривень, то у 2015 році – лише 43,9 мільйони, а у 2016 році ця підтримка взагалі скасована [7]. Тому з січня 2017 року втрата такої підтримки може призвести до значного зменшення витрат на виноградники, зниження урожайності та подальшого зменшення їх площ.

Найбільшу загрозу для галузі складають негативні макрофактори, а саме економічні, соціально-культурні, політико-правові, технологічні, природно-географічні (рис.9).

Всі ці фактори досить впливові, проте найбільш істотно в даний час дають про себе знати економічні та політико-правові фактори. Саме через це українці цілком можуть ще більше скоротити споживання вина. Негативний вплив матиме і подальше скорочення обсягів експорту виноробної продукції до Росії внаслідок воєнного конфлікту. За розрахунками науковців Інституту аграрної економіки, російський ринок у 2015 році спожив 84,3% всього експорту виноградного вина з України, а у 2014 році досягав 89,4% [10].

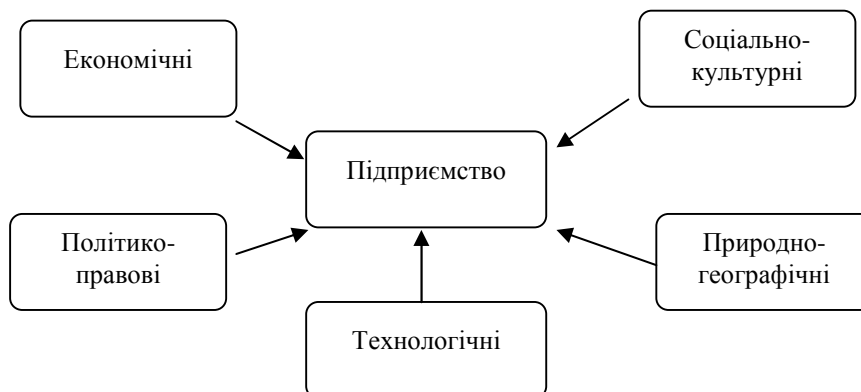


Рис.9. Вплив макросередовища на підприємство [авторська розробка]

Для виправлення ситуації потрібно визначити конкретні загрози та можливості галузі за допомо-

гою PEST-аналіза (табл. 2).

Таблиця 2

PEST-аналіз для визначення загроз та можливостей винної галузі*

Р	Політичні	Е	Економічні
	-Введення в дію нових законів в галузі вина та виноробства -Нові положення Податкового кодексу -Зміна законодавства -Державний вплив у галузі -Державне регулювання конкуренції у галузі		-Рівень інфляції -Платоспроможний попит головних споживачів продукту -Динаміка зайнятості населення -Загальні зовнішні витрати: витрати на сировину витрати на енергоносії витрати на транспортування
S	Соціальні	Т	Технологічні
	-Зміна у структурі прибутків на витрат населення -Зміна загальних споживчих переваг -Зміна базових цінностей споживачів вина -Зміна у рівні та стилі життя		-Технологічні зміни, які мають вагоме значення для організації -Поява нових рекламо носіїв -Поява нових технологій виробництва та швидка адаптація їх ринком

* Складено авторами на підставі аналізу джерел

Крім того, українським виноградарям та виноробам належить довести конкурентоспроможність своєї продукції в умовах створення Асоціації Україна - ЄС, зростання конкуренції на світовому ринку, продовження глобалізації економіки тощо. Для цього потрібно підвищити ефективність галузі. Йдеться про диверсифікацію та розширення ринків збуту, підвищення ємності внутрішнього ринку, включаючи столовий виноград та винопродукцію, використання можливостей концентрації виробництва та відновлення позитивної практики державної підтримки галузі [2,8].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Ринок алкогольних напоїв в Україні характеризується, як ринок жорсткої конкуренції, що

безпосередньо має вплив на якість продукції, її властивості, сировину та технологічний процес. Діяльність підприємств - виробників алкогольних напоїв, як правило, є високорентабельною, хоча і відбувається в умовах гострої конкуренції.

Обсяги переробки підприємствами України винограду на виноматеріали в 2012 році склали 230, 800, мільйонів тон, що на 57% менше, ніж у 2016.

Основними виробниками виноградних виноматеріалів в Україні до 2015 року були Одеська, Миколаївська, Херсонська області.

За рівнем виробництва вина Україна займає 18 місце у світі, а за рівнем споживання вина на душу населення тільки 88.

Культура споживання алкогольних напоїв, в тому числі і вина в Україні істотно відрізняється від інших Європейських країн.

До вибору вина вітчизняний споживач підходить менш раціонально ніж європейці. Для сучасного споживача в Україні важливий зовнішній вигляд пляшки і її вартість. Мало хто звертає увагу на склад, сорт винограду, витримку.

У період з 2013 по 2015 рік на ринку зовнішньої торгівлі істотно змінилися пріоритети. Так, імпорту продукції рухається до зниження, а експорт навіпаки набирає обертів.

У географічній структурі експорту переважають поставки в Росію. В даному напрямку відправляється близько 90% вітчизняної продукції.

Імпортується продукція з головних виноробних регіонів світу. Частка грузинського імпорту в

2014 році становила 29,0%, але в 2015 році цей показник знизився до 21,8%. Другим великим імпортером є Молдова, на частку якої в 2014 році припадало 25,5% імпорту. Меншими частками в структурі імпорту продукції мають Італія та Франція.

Прогнози щодо розвитку виноградарства в Україні визначаються загальноекономічною ситуацією в державі і здатністю галузі оперативно реагувати на гострі виклики сьогодення.

Отже, для стимулювання розвитку виноробної галузі в Україні, доцільно було б запровадити інноваційні механізми, які б підвищували якість продукції, сприяли освоєнню зовнішніх ринків, дозволили знизити собівартість продукції, допомогли боротися із виробництвом та продажем фальсифікованої продукції, а також забезпечили дієву підтримку з боку держави.

Література

1. Головне управління статистики в Одеській області, 2014 / Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.od.ukrstat.gov.ua.
2. Площа виноградників України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://regionews.ua/node/126307>.
3. Україна у цифрах 2013: статистичний збірник. – К.: 2014. – С. 74-80.
4. World Statistics of the Wine Institute [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wineinstitute.org/resources/statistics>
5. Державна служба статистики України ЕКСПРЕС-ВИПУСК від 14.01.2015р. №2/0/06.2 вн-15.
6. Виноробство в Україні: нереалізований потенціал з великою перспективою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.utsb.kiev.ua/ukr/news/948-vinorobstvo-v-ukrayini-nerealizovaniy-potencial-z-velikoyu-perspektivoju.html>
7. Рынок вина Украины. Общие тенденции развития [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://inventure.com.ua/analytics/investments/obzor_rynka_vina_ukrainy
8. Разуваев Н. И. Комплексная переработка вторичных продуктов виноделия. – М.: Пищепром, 1975. – 121 с.
9. Стадник В.В. Концептуальні основи у системі стратегічного управління розвитком промислових підприємств / Стадник В.В., Вешко О.В. // Проблеми економіки. – 2016. – № 3. – С. 212-218 с.
10. Киричук Н.А. Вітри українського півдня [Електронний ресурс] / Киричук Н.А. // «Winetime» Офіційний веб-сайт. – Режим доступу: http://www.winetime.ua/news/article/winds_of_ukrainian_south/

Стаття надійшла 16.11.2016

Стаття прийнята до друку 30.11.2016

Доступно в мережі Internet 30.12.2016

Агеева И.Н.

кандидат экономических наук, доцент

E-mail: agejeva@ukr.net

Небеснюк Ю.В.

магистрант

кафедра менеджмента и логистики

Одесская национальная академия пищевых технологий

ул. Канатная, 112, г. Одесса, Украина, 65039

E-mail: y.nebesnyuk@mail.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И НАПРАВЛЕНИЙ ПОСТРОЕНИЯ СТРАТЕГИИ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ВИНОГРАДАРСТВА И ВИНОДЕЛИЯ В УКРАИНЕ

В данной статье рассмотрено современное состояние винодельческой отрасли Украины. В связи с ошибками, которые были допущены в аграрной политике Украины, виноградарство из высокопродуктивной отрасли превратилось в низкодоходную и даже убыточную отрасль, поэтому есть шанс восстановить отрасль за счет внедрения стратегического управления и построения новой стратегии

восстановления отрасли.

Поскольку в основе разработки стратегии лежит стратегический анализ, рассмотрено влияние макрофакторов на стратегическое развитие таких как политические, экономические, социальные, технологические. Для определения угроз и возможностей винодельческой отрасли составлена матрица стратегического PEST- анализа.

Проведен анализ состояния и развития виноградарства и виноделия за рубежом. Сделан вывод о необходимости совершенствования и развития этих отраслей в Украине. Наличие объективных предпосылок для развития диктует необходимость увеличения объемов производства и улучшение качества отечественных вин, оптимизации структуры потребления алкогольных напитков, разработки и внедрения конкурентоспособных инновационных технологий, интеграции в мировой рынок вина

Ключевые слова: стратегическое управление, стратегический анализ, виноградарство, стратегический анализ виноделия.

Ageieva I.

Ph.D. in Economics, Associate Professor

E-mail: agejeva@ukr.net

Nebesnyuk Y.

undergraduate

Department of Management and Logistics
Odessa National Academy of Food Technologies

Kanatna str., 112, Odessa, Ukraine, 65039

E-mail: y.nebesnyuk@mail.ru

STUDY OF THE CURRENT STATUS AND DIRECTIONS OF BUILDING THE STRATEGY OF RESTORATION WINE CULTURE AND WINEMAKING IN UKRAINE

This article discusses the theoretical and methodological foundations for improving the strategic management in the wine industry in Ukraine. Due to the mistakes that were made in the agrarian policy of Ukraine, highly profitable wine industry has become a low-income and even loss-making industry, so there is a chance to restore the industry through the introduction of strategic management and building new primary recovery strategy.

Since the basis of the development of the strategy is a strategic analysis, it was examined the impact of macro factors on the strategic development such as political, economic, social and technological. To determine the threats and opportunities for the wine industry is made up the strategic matrix of PEST-analysis.

There was made an analysis of the state and development of viticulture and winemaking abroad. The conclusion about the need for improvement and development of these industries in Ukraine. The availability of objective conditions dictate the need to increase production and improve the quality of domestic wines, optimize the structure of consumption of alcoholic beverages, develop and implement competitiveness capable of innovative technologies, integration into the global wine market.

Keywords: strategic management, strategic analysis, viticulture, winemaking strategic analysis.

References

1. Golovne upravlinnya statistiki v OdeskIy oblastI. (2014). Retrieved 2016, from www.od.ukrstat.gov.ua.
2. Ploscha vinogradnikIv UkraYini . (2016). Retrieved 2016, from <http://regionews.ua/node/126307>.
3. UkraYina u tsifrah 2013: statistichniy zbirnik, 74-80. (2014).
4. World Statistics of the Wine Institute. (2016). Retrieved 2016, from <http://www.wineinstitute.org/resources/statistics>
5. Derzhavna sluzhba statistiki UkraYini EKSPRES-VIPUSK , 2/0/06.2 vn-15. (2015).
6. Vinorobstvo v UkraYinI: nerealizovaniy potentsial z velikoyu perspektivoyu. Retrieved October, 2016, from <http://www.utsb.kiev.ua/ukr/news/948-vinorobstvo-v-ukrayini-nerealizovaniy-potencial-z-velikoyu-perspektivoyu.html>
7. Rynok vina Ukrainyi. Obschie tendentsii razvitiya. Retrieved October, 2016, from https://inventure.com.ua/analytics/investments/obzor_rynka_vina_ukrainy
8. Razuvaev N. I. Kompleksnaya pererabotka vtorichnyh produktov vinodeliya. (1975). M.: Pischeprom.
9. Stadnik, V. V., & Veshko, O. V. (2016). Kontseptualni osnovi u sistemI strategichnogo upravlinnya rozvitkom promislovih pIdpriemstv. Problemi ekonomiki, 3, 212-218.
10. Kirichuk ,N. A. Kirichuk N.A. VItri ukraYinskogo pIvdnya. Retrieved October, 2016, from http://www.winetime.ua/news/article/winds_of_ukrainian_south/

Received 16 November 2016

Approved 30 November 2016

Available in Internet 30.12.2016