

УДК 663.25. (477)

Н. В. Малюкіна,
аспірант кафедри Економіки підприємництва,
викладач кафедри Економіки, організації та обліку в АПК,
Одеський державний економічний університет

ПРОБЛЕМИ РИНКУ ВИНОРОБНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті проаналізована динаміка та структура ринку виноробної продукції України та Одеської області. Проведений аналіз експорту та імпорту виноробної продукції в цілому по країні та, зокрема, по Одеському регіону. Досліджені основні проблеми ринку виноробства та запропоновані шляхи їхнього вирішення.

In the article the structure and dynamics of market of vine of Ukraine and Odessa area are analyzed. The analysis of export and import of vine production is performed in the country in general, and in Odessa region in particular. The main problems of vine production market have been researched and possible ways of their salvation are proposed.

Ключові слова: вино, ринок алкогольної продукції, ринок виноробної продукції, експорт виноробної продукції, імпорт виноробної продукції.

Key words and expressions: wine, market of alcohol production, market of vine production, export of wine production, import of wine production.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

Ринок виноробної продукції у поточних умовах кризової економіки, незважаючи на значні коливання попиту з боку споживача, продовжує функціонувати. Проте на сьогодні існує безліч проблем, які стають значною перешкодою на шляху інтеграції України до Європейського співтовариства та подальшого прогресивного розвитку виноробної галузі. Необхідно забезпечити високу конкурентоспроможність вітчизняної продукції виноробства, утримати та закріпити конкурентні позиції національного виробника.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ ОСТАННІХ РОКІВ

В Україні аналізом ринку виноробної продукції займалися багато вітчизняних учених, серед яких: А.Н. Бузні, Б.В. Буркинський, В.В. Власов, О.М. Гаркуша, В.С. Горбачов, А.Б. Гульчак, М.О. Дудник, П.І. Літвінов, І.Г. Матчина, П.В. Осіпов, В.А. Рибінцев, П.Т. Саблук, Ю.В. Тінтулов, С.К. Харичков, І.І. Червен та інші.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

У цілому, розвиток виноробної галузі України характеризується позитивною динамікою нарощування обсягів виробництва. Випуском продукції виноробства займаються близько 200 підприємств. На національному ринку присутні більше тисячі операторів оптової торгівлі, які продають більше 700 найменувань тільки виноградних вин, не враховуючи ігристі, шампанські вина, коньяки та ін. Проте, незважаючи на всі позитивні моменти, подальшому ефективному розвитку галузі перешкоджає низка проблем, зокрема проблеми ринку, який характеризується наявністю великої кількості фальсифікованої, підробленої та неякісної продукції виноробства; незахищеністю національного виробника перед більш сильними конкурентами з країн, що входять до Всесвітньої торговельної організації; відсутністю належного контролю з боку держави та ін.

Метою статті є проведення дослідження ринку виноробної продукції з метою виявлення основних проблем, що перешкоджають стабільному розвитку галузі та підвищенню конкурентоспроможних позицій вітчизняної продукції, та з метою розробки пропозицій щодо їх вирішення.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Ринок виноробної продукції характеризується високим рівнем конкуренції, оскільки на ньому присутня величезна

кількість як національних, так і закордонних продавців. Але, окрім боротьби за збут на внутрішньому ринку між різними виробниками та торговельними марками безпосередньо виноробної продукції, конкуренція посилюється завдяки присутності на ринку інших затребуваних алкогольних напоїв, а саме: лікеро-горілчаних виробів, плодово-ягідних вин, пива тощо. Тому дослідження проблем виноробного ринку доцільно розпочати з аналізу динаміки та структури алкогольного ринку України в цілому (табл. 1) [1—2].

За даними табл. 1, спостерігається позитивна динаміка випуску всіх видів алкогольної продукції. За 2008 рік порівняно з 1990 роком вироблено у 1,3 рази більше лікеро-горілчаних виробів, у 1,5 рази — виноградних вин, у 1,6 рази — шампанських та ігристих вин, у 3,5 рази — коньяку та у 2,3 рази — пива. Значно скоротився випуск плодово-ягідних вин. Обсяги виробництва з 1985 року зменшилися на 83%, або майже у 6 разів.

Проте, одна тільки зростаюча динаміка випуску напоїв ще не свідчить про позитивний розвиток галузі. Докорінно змінилася структура продукції, що виробляється. Якщо у 1985 році випускалася приблизно однакова кількість лікеро-горілчаних виробів та плодово-ягідних вин (по 10%), близько 20% виноградних вин та 60% пива, то у 2008 році алкогольним напоєм, що займає лідируючі позиції та складає більше ніж 80% у загальній структурі виробленої продукції, стало пиво. Його виробництво майже у 8 разів перевищує випуск лікеро-горілчаних виробів та більш ніж у 15 разів — обсяги виготовлених виноградних вин.

На даний момент виробництво виноградних вин посідає лише третє місце, поступаючись своїми позиціями випуску пива та лікеро-горілчаних виробів.

Скорочення випуску виноробної продукції та збільшення обсягів виробництва пива та лікеро-горілчаних виробів пов'язане, перш за все, зі змінами попиту на відповідну продукцію. На рівень попиту покупця, в свою чергу, впливає ціна та якість товару, доходи населення тощо.

Стрімке зростання обсягів випуску пива пов'язане з неконтрольованим попитом на нього з боку споживача, особливо молоді. Це, в свою чергу, веде до низки проблем соціального характеру, зокрема до дитячого алкоголізму.

Значне зростання попиту на лікеро-горілчани вироби пов'язано з доступністю ціни. Неконтрольовані продажі та непомірне споживання даного виду напою також спричиняє значні соціальні проблеми суспільства.

Виноградне вино також є алкогольним напоєм, надмірність споживання якого веде до аналогічних негативних наслідків, проте багаторічний попит на нього є не безпідстав-

ним, оскільки напій відрізняється специфічними смаковими, корисними споживчими та лікувальними властивостями. З розвитком сучасної фізіології вчені довели високу здатність вина засвоюватися організмом та наявність в ньому значної кількості мікро- та макроелементів, необхідних людському організму. Виноградні вина використовуються у кулінарії, фармакології, косметології.

Продукція виноробства завжди користується значним попитом серед споживачів. Середньорічне вживання вин у західних європейських країнах, наприклад, у Франції, Італії, Іспанії, складає близько 50—60 літрів на одну особу. При цьому в названих державах споживання виноградних вин характеризуються помірним рівнем і не призводить до низки проблем соціального характеру. В Україні зазначений показник є значно меншим і дорівнює приблизно 11—12 літрів, хоча наша країна має не менший потенціал розвитку виноробної галузі ніж інші більш розвинуті держави.

Отже, зменшення попиту і, як наслідок, значні структурні зміни алкогольного ринку не на користь виноробної продукції пов'язані, по-перше, з низькою якістю продукції, що виробляється; по-друге, з високою ціновою конкуренцією з боку випуску інших видів алкогольних напоїв, зокрема пива та лікеро-горілчанних виробів; по-третє, з відсутністю належного контролю за збутом та розповсюдженням алкогольних напоїв з боку держави, що призводить до низки наслідків соціального характеру.

Інша картина спостерігається при аналізі структури виробництва алкогольних напоїв по Одеській області (табл. 2) [2—3].

Як видно, за даними табл. 2, за останні п'ять років спостерігається активне зростання обсягів виробництва виноробної продукції. Збільшуються обсяги виробництва виноградних вин, ігристих вин, коньяків. Показники випуску вказаних видів продукції у 1,5—2,5 рази перевищують аналогічні показники 1990 року. Кризові умови економіки позначилися лише на обсягах випуску шампанських вин, скорочення яких у 2007 році порівняно з 2006 роком склало 9%.

Динаміка протилежного характеру спостерігається при аналізі тенденцій виробництва пива та лікеро-горілчанних виробів. Обсяги випуску пива з 1990 року скоротилися у 347 разів. По Одеській області практично припинилося виготовлення даного виду алкогольного напою.

Показники обсягів виробництва лікеро-горілчанних виробів за останні 18 років впали майже у 3 рази. На сьогоднішній день по області виробляється лише 549 тис. дал даного виду продукції.

Структура ринку алкогольної продукції по Одеській області кардинально відрізняється від структури українського ринку алкоголю в цілому. В Одеському регіоні перше місце посідає випуск виноградних вин, друге — шампанських, третє — коньяків, четверте — лікеро-горілчанних виробів, далі — ігристих вин, останнє місце займає виробництво пива. Більше 80% у структурі алкогольного ринку області складає виноробна продукція.

Окрім внутрішнього виробництва, Україна здійснює імпорту та експорт виноробної продукції (табл. 3) [4—6].

Як видно за даними табл. 3, за оцінками "Держзовнішінформу", у 2007 році імпорту виноградного вина в Україну склав 5,59 млн дал, що на 24% більше, ніж в попередньому році. Експорт склав 1,771 млн дал, що на 35,7% менше, ніж у 2006 р. [4]. У 2008 році ситуація дещо змінилась, оскільки показник експорту виріс на 29,2%, а імпорту — знизився на 14%. У результаті обсяги імпорту виноградних вин більш ніж в три рази перевищували обсяги експорту у 2007 році та майже у 2 рази — у 2008. Така перевага показника імпорту над показником експорту значно підвищує рівень конкуренції на національному ринку.

Експорт виноградних вин здійснюється в основному в країни СНД та в Європу. Стабільними імпортерами українського вина є Росія та Білорусія. Серед європейських країн більш-менш постійними покупцями є Німеччина та Польща. Здійснюються також постачання до Ізраїлю, Молдови, Грузії, Естонії та ін. Проте слід зазначити, що Росія запроваджує програму розвитку власного виноградарства та виноробства, що дуже скоро негативно позначиться на показнику експорту вітчизняної виноробної продукції.

Основними чинниками, що сприяють експорту, є, перш

Таблиця 1. Виробництво основних алкогольних напоїв в Україні (млн дал)**

* Включаючи слабоалкогольні напої.
** Розраховано за даними Головного управління статистики України.

за все, високий попит на український товар, налагоджені партнерські торговельні стосунки, конкурентоспроможні ціни на українську продукцію.

Головними імпортерами за останні декілька років є Франція Італія, Іспанія, Чилі. Головними країнами-постачальниками постсоціалістичного простору є Молдова, Грузія.

За даними аналітиків, у 2007 році загальний обсяг споживання виноградних вин, базуючись на офіційних даних по їхньому виробництву, експорту та імпорту — склав 23 млн дал. При цьому частка вітчизняних вин склала 76%. У 2003—2004 роках даний показник в середньому складав 93% [4].

За нашими оцінками, частка імпортованих продуктів виноробства щорічно буде зростати, що пов'язане зі вступом у травні 2008 року до Всесвітньої торговельної організації та зниженням тарифів митних зборів на продукцію, що ввозиться на територію України.

Основними імпортерами виноробної продукції в Одеську область є Молдова, що займає перше місце серед іноземних постачальників та забезпечує більше 80% імпорту, та Грузії, яка знаходиться на другому місці та здійснює 11,48% імпортованих постачань. Серед інших іноземних партнерів, що стабільно співробітничать з Україною, зокрема з Одеським регіоном, знаходяться Італія Франція та Чилі. Окрім цього, імпортовані постачання здійснюються з Іспанії, Португалії, Німеччини, Південної Африки, Аргентини, Сполучених Штатів Америки, Австралії та інших держав.

За даними Головного управління статистики Одеської області, загальний показник обсягів продукції, що імпортується, характеризується негативною динамікою. У 2008 році були

Таблиця 2. Виробництво алкогольних напоїв по Одеській області (тис. дал)*

Вид продукції	Рік								
	1990	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Горілка та лікеро-горілчані вироби	1621	865	2384	2689	2223	2612	1956	1754	549
Коньяки	411	588	498	593	601	652	732	979	1 062
Вино виноградне	4792	2689	3451	3549	3919	4660	4661	4779	5932
Вина ігристі	-	-	-	55	78	101	109	130	132
Шампанське	515	939	890	857	1123	1289	1304	1499	1370
Пиво	6213	1264	1664	1167	216	-	-	71	17,9

* Розраховано за даними Головного управління статистики Одеської області.

Таблиця 3. Показники експорту та імпорту виноградних вин в цілому по Україні

Показник	Рік				
	2004	2005	2006	2007	2008
Експорт, млн. дал	1,004	1,957	2,75	1,77	2,5
Імпорт, млн. дал	0,898	2,243	4,25	5,59	4,8

здійснені постачання 1625 тис. дал виноробної продукції, що на 33% менше, ніж у 2007 році. Зменшення імпорту сталося за рахунок припинення постачань з Російської Федерації, Болгарії, Угорщини, Ізраїлю, Лівану та інших країн, а також за рахунок скорочення кількості поставок з Молдови та Південної Африки. Так, у 2008 році з Молдови було імпортовано лише 1310,1 тис. дал, що на 40% менше, ніж за минулий рік, а з Південної Африки — 2,5 тис. дал, що на 38% менше, ніж у 2007 році.

Позитивна динаміка імпорту спостерігається при аналізі обсягів поставок з Грузії (на 13%), Іспанії (37%), Італії (майже в 2,4 рази), Німеччини (у 1,6 рази), Франції (у 1,6 рази), Аргентини (у 1,4 рази), США (у 25 разів), Чилі (у 1,5 рази), Австралії (майже у 2,3 рази).

З Франції імпортується шампанські й ігристі вина, з інших країн — виноградні вина.

Основними країнами, до яких експортується виноробна продукція, виготовлена в Одеській області, є Російська Федерація та Грузія. В Російську Федерацію здійснюється 88% об'ємів експорту, до Грузії — 6,55%. Іншими державами, що здійснюють імпорту української продукції, є Білорусь, Молдова, Греція, Естонія, Іспанія, Польща, Великобританія, Фінляндія, Швейцарія, Ізраїль, Монголія, Канада та ін.

У Російську Федерацію експортуються виноматеріали, виноградні та ігристі вина, у інші країни — лише ігристі та виноградні вина. Реалізація шампанських вин у зарубіжні країни з Одеської області не здійснюється.

У 2008 році обсяги експорту в натуральному вираженні склали 1044,1 тис. дал, що у 2,6 рази більше, ніж у 2007 році. Зокрема, у 3 рази збільшилися постачання до Російської Федерації та у 3,5 рази — до Грузії.

Обсяги імпорту виноградних вин перевищують обсяги експорту у 1,75 рази. Показник експорту ігристих вин перевищує показник імпорту більш ніж у 11 разів. З Одеської області здійснюється експорт виноматеріалів у кількості 47,65 тис. дал.

Ринок виноградних вин в Одеській області на $\frac{3}{4}$ забезпечений продукцією вітчизняного виробництва, ринок ігристих вин — на 89%, шампанських — на 99,5%.

Ринок виноробної продукції є перспективним та має потенціал до розширення. Подальший аналіз дозволить виявити основні проблеми ринку, що перешкоджають на сьогоднішній день інтенсивнішому зростанню конкурентоспроможності національної продукції виноробства по відношенню до товарів, що імпортуються, особливо на шляху інтеграції України до Всесвітньої торговельної організації.

Вся виноробна продукція, що випускається в регіоні, виробляється з вітчизняних виноматеріалів.

За даними експертів, потенційний об'єм українського ринку вина складає 40—50 млн дал [7]. На сьогодні продукції виноробства випускається у 4—5 разів менше можливих об'ємів.

Ринок виноробної продукції переживає важкі часи. Не дивлячись на безліч обставин, які повинні були негативно вплинути на рівень попиту, значно його зменшивши, величина споживання алкогольних напоїв практично не змінилася. Проблема полягає в тому, що покупці готової продукції, через скорочення доходів, переходять на споживання товарів середньощогового та низькоцінового сегмента ринку, що провокує в країні посилювання проблеми виробництва фальсифікованої продукції. На думку фахівців, в Україні лише близько 30% споживаного вина складають якісні натуральні виноградні вина, інші 70% — виробляються з додаванням спирту, ароматизаторів, фарбників тощо [8].

На сьогоднішній день значна увага приділяється обсягам валового збору винограду: чим більше вирощуємо та збираємо, тим краще. Ігноруються сортність, показники вмісту в ягоді цукру та кислотності, не завжди враховується зрілість

тощо. На виноматеріали переробляється все, що вирощується та збирається.

Закупівля винограду організаціями, що займаються первиною переробкою, здійснюється за всіма можливими каналами та у самих різних виробників. Такими виробниками частіше є дрібні фермерські та підсобні домашні господарства.

Існує також величезна кількість нелегальних виробників вин, які, як правило, купують у всіляких дрібних господарств не виноград, а вже готові виноматеріали за готівку, особливо не піклуючись про їхню якість, оскільки низька якість все одно скрадеться значним додаванням цукрового сиропу та спирту. До речі, саме у такий спосіб змішування вищезгаданих інгредієнтів отримують кріплені вина, зокрема напівсолодкі, які при радянській владі в Україні практично не вироблялись, оскільки наша держава не характеризується відповідними природно-кліматичними умовами для достатнього визрівання винограду. Слід зазначити, що зараз йдеться лише про вітчизняне виробництво, та не говориться про імпорту кріплених вин. На території України просто немає можливості виростити таку величезну кількість винограду високої цукристості, необхідної для виробництва солодких та напівсолодких вин, відповідних їхній наявній кількості на національному ринку.

Іншою проблемою, що провокує посилення проблеми якості продукції виноробства, що випускається, є поява на винному ринку крупних інвесторів, далеких від виноробства, але які володіють значними коштами для створення та маркетингової "розкрутки" нової торговельної марки. Як правило, такі підприємці зацікавлені в прискоренні обігу свого капіталу, направляючи кошти на проведення широкої рекламної кампанії з метою швидшого збуту продукції. При цьому не дотримується складна технологія переробки та не відстежується якість використовуваних виноматеріалів та кінцевої продукції, що виготовляється.

Виноробна продукція, що випускається, зокрема різновиди виноградних вин, умовно підрозділяються на три категорії: ординарні, марочні та витримані (колекційні) вина. Кожна з названих груп розташовується відповідно в низькому, середньому та високому ціновому сегменті, що пов'язано з різною кількістю витрат, здійснених при їх виробництві. Проте, ринок вин на сьогоднішній день на стільки неструктурований, що досить часто марочні вина коштують дешевше, ніж ординарні. Таке перевищення вартостей пов'язане з більшою розрекламованістю дешевих ординарних вин. Окрім цього, впливовим чинником є низька інформованість покупця про класифікацію та параметри вин, що ним купуються.

В умовах інтеграції України до Всесвітньої торговельної організації проблема встановлення цін на виноробну продукцію лише поглиблюється. Так, зі вступом до ВТО на полицях вітчизняних магазинів з'явилась безліч різних видів марочних вин, які коштують дешевше, ніж аналогічна продукція національного виробництва. Промисловим переробним підприємствам, що випускають якісні виноградні вина, стає все важче виживати у сьогоднішніх умовах, витримуючи конкурентну боротьбу, з одного боку, з безліччю виробників фальсифікованої низькоякісної продукції, а з іншого — з імпортними постачальниками.

Так, наприклад, після введення нових митних ставок з 16 травня, на прилавках магазинів з'явилися якісні французькі, іспанські та болгарські вина за ціною 30—35 грн. за пляшку [9].

Ще одним ударом по національному виробництву в майбутньому може стати перехід на нові класифікаційні групи. Так, наприклад, замість розподілу на ординарні, марочні та колекційні в назвах вин залишаться лише терміни "столові вина" та "кріплені вина", що значно відіб'ється на діяльності виноробних заводів, які спеціалізуються на випуску дорожчої та якіснішої продукції. Вже зараз щорічно закладається все менша кількість виноматеріалів для виробництва марочних вин та вин на витримку. Відповідно все менше в нашій державі випускатиметься вин, гідних уваги справжніх цінителів.

Важкі часи переживає національне виробництво шампанських та ігристих вин. Оскільки технологія виробництва необхідних для виробництва даних видів продукції виноматеріалів складніша та витратніша, то коштують вони дорожче та вимоги, що пред'являються до них — відповідно, вищі. У зв'язку з цим легальне виробництво ігристих та шампансь-

ких вин постійно знижується, готова продукція дорожчає, а попит зменшується. В результаті нарощування обсягів виробництва відбувається все більш повільними темпами.

Окрім цього, шампанські вина, з причини специфічних характеристик товару, мають попит в основному в період свят (частіше у грудні-січні та навесні), а в інший час збут проходить більш повільними темпами.

Таким чином, на сьогоднішній день національний ринок продукції виноробства переживає низку зазначених проблем, що підлягають обов'язковому вирішенню, оскільки їх не ігнорувати призведе до занепаду вітчизняного виробництва.

З метою виявлення та скорочення кількості фальсифікованої сировини, на нашу думку, доцільно вдосконалити систему звітності. Необхідно ввести таку форму декларації, яка відображала б точну кількість зібраного винограду. Подібний захід певним чином застрахує від величезної кількості неякісних виноматеріалів, отриманих не з винограду, а шляхом змішування спирту, цукрового сиропу та барвників. Так, наприклад, підприємство, що отримало 10 т винограду, не зможе дати інформацію про виробництво з цієї сировини 30 т виноматеріалів.

Іншим способом скорочення фальсифікату, але вже не на етапі виготовлення матеріалів первинної переробки, а на стадії випуску готової продукції виноробства, може послужити встановлення мінімальних цін на різні види вин. Так, наприклад, ординарні вина у роздрібній торгівлі будуть коштувати не менше 10—12 грн., марочні — не менше 30. Цифрові значення в даному прикладі абсолютно умовні. Важливіше в цьому випадку робота цінового механізму. Встановлення мінімальних роздрібних цін на продукцію виноробства, на нашу думку, значно скоротить тіньовий сектор галузі, оскільки, коли ціни на продукцію відомих торговельних марок та менш відомих, часто вироблених нелегально, будуть аналогічними, то споживач надасть перевагу в даному випадку якості та обере бренд, який давно себе зарекомендував. Виробники неякісної продукції через відсутність попиту зазнають збитків, оскільки не зможуть проводити демпінг своїх цін та відвоювати подібним способом для себе сегмент ринку.

Це ж стосується і підприємців, що більшою мірою займаються розкручуванням торговельних марок та ціною грою з конкурентами, при цьому ігноруючи якість товару, що ними реалізовується.

Встановлення мінімальних цін при реалізації як заходів боротьби з фальсифікацією є дискусійним питанням, оскільки примусова фіксація розцінок порушує основні закони ринкового відносин і норми чинного законодавства, зокрема застосування ринкових принципів формування цін на алкогольні напої. Окрім цього, вважається, що в даному випадку вітчизняний виробник ставить в нерівне положення перед імпортерами, що пов'язано з входженням до ВТО, здешевленням іноземної продукції й неможливістю проводити жорстку політику протекціонізму. В результаті застосування мінімальних роздрібних цін можливе лише до національних постачальників.

Ми згодні з відміченою позицією, але слід зазначити, що український ринок на сьогодні знаходиться в досить глибокому кризовому стані, порушені закони чесної конкурентної боротьби, вітчизняний товаровиробник переживає не найкращі часи та відчуває потребу у державній підтримці. В умовах, що склалися, на наш погляд, необхідно ввести мінімальні роздрібні ціни на продукцію виноробства, принаймні до моменту встановлення нормального функціонування національної ринкової економіки. Але слід також відзначити необхідність грамотного підходу до розрахунку цін, оскільки потрібно враховувати не лише класифікаційні групи вин (наприклад, марочні або ординарні), але також технологічні особливості, що впливають на смакові якості та вид виробів, трудомісткість виробництва тощо.

Окрім цього, встановлення мінімальних оптово-відпускних та роздрібних цін забезпечить більш пропорційний розподіл доходів між учасниками єдиного інтегрованого формування, направляючи більшу частину коштів не торговельному підприємству, який є усього лише посередником між виробником та споживачем, а промисловій переробній організації та сільськогосподарському товаровиробнику.

Ще одним економічним інструментом боротьби з неякісною продукцією є акциз. Так, шляхом значного підвищення

акцизної ставки на літр використаного у виробництві спирту можна спровокувати зростання цін на фальсифіковану продукцію.

Як відзначають спеціалісти-маркетологи Першого національного виробного холдингу, введення, наприклад, ставки 10 грн. за 1 літр чистого спирту приведе до підвищення ціни однієї пляшки якісного кріпленого вина на 2 грн. Але у той же час станеться дорожчання фальсифікованої виноробної продукції, яка сьогодні у роздрібній торгівлі продається за ціною від 5—6 грн., і є доступнішою для споживача, до рівня вартості якісних вин [10]. Подібні заходи дозволять зробити так, щоб легальні виробники якісної продукції могли конкурувати та завоювати споживача якістю свого продукту.

Окрім встановлення мінімальних роздрібних цін на вино та підвищення ставки акцизного збору максимально дієвим повинен стати контроль держави з боку державних контролюючих органів, які на сьогоднішній день не виконують покладених на них функцій.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗРОБОК

Таким чином, можна відзначити найбільш характерні особливості функціонування ринку виноробної продукції як України в цілому, так і, зокрема, Одеської області. До таких особливостей, на наш погляд, відносяться:

- низька якість готової продукції, що випускається;
- наявність великої кількості фальсифікату;
- відсутність чіткої структурованості ринку за якістю та ціновим сегментом;
- обмежений асортимент;
- недостатня обізнаність про класифікацію та параметри продуктів виноробства, що випускаються;
- сезонний характер споживання й у зв'язку з цим нерівномірні коливання цін й обсягів продажу;
- відсутність державного регулювання та контролю;
- незахищеність вітчизняних виробників від великих обсягів імпорту зарубіжної продукції.

Для вирішення зазначених проблем, на нашу думку, необхідно підвищувати контроль за якістю виноробної продукції; вдосконалити систему звітності для підприємств, які займаються вирощуванням винограду, та переробних організацій, що випускають готову продукцію; встановити мінімальні ціни при реалізації виробленої продукції як інструмента боротьби з фальсифікацією; посилити державний контроль та підтримку розвитку виноробної галузі.

Література:

1. Статистичний щорічник України за 2007 р. / За редакцією О.Г.Осауленка. — К.: 2008. — 571 с.
2. Производство вина игристого за январь 2009 года: <http://www.akcyz.com.ua/statistic/wine/875.html>
3. Статистичний збірник "Харчова промисловість Одещини" за 2008 р. / За редакцією Н.І. Махрової. — О.: 2008. — 39 с.
4. Україна. Виноробна галузь: http://new.dfnight.org.ua/ukr/harchova_i_pererobna_promislovist/ukr/158.html
5. В прошлом году виноделы достигли рекорда по производству, но снизили плодоносящую площадь виноградников: <http://www.akcyz.com.ua/news/wine/15150.html>
6. Супіханов Б.К. Стан і тенденції зовнішньоторговельної діяльності у сфері торгівлі вином продуктами // Вісник аграрної науки Причорномор'я. — 2007. — №4 (43).
7. Потенциальный объем украинского рынка вина — 40-50 млн дал: <http://www.vinmoldova.md/index.php?mod=news&id=19244>
8. Загадка в бокале: украинцы пьют "не то" вино: <http://www.akcyz.com.ua/analytics/wine/637.html>
9. Українців позбавляють дешевого вина з Франції: <http://news.finance.ua/ua/~2/0/all/2008/09/13/136868.html>
10. Виноделы требуют повысить акциз на крепленые вина и ввести МРЦ на вино: <http://www.akcyz.com.ua/news/wine/14399.html>

Стаття надійшла до редакції 02.09.2010 р.