

8. Павленко І. А. Інноваційне підприємництво у трансформаційній економіці України: монографія. К.: КНЕУ, 2007. 248 с. ISBN 978-966-483-005-5.

Доброва Н.В.

к.е.н., доцент,

*доцент кафедри економіки, права та управління бізнесом,
Одеський національний економічний університет*

Белік В. В.

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня,

Одеський національний економічний університет,

м. Одеса

ОЦІНКА СТАНУ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

Історія виноробства на території Одеської області бере свій початок від архаїчних часів. Виноробна галузь є однією з провідних та найбільш перспективних галузей харчової промисловості України в цілому і відзначається великим потенціалом розвитку. Вітчизняні виноградарі та винороби мають багаторічні традиції виробництва виноградно-виноробної продукції, що користується популярністю серед населення як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Однак, в сучасних умовах економічної та політичної нестабільності в Україні, у виноградарсько-виноробній галузі домінують негативні тенденції. З метою оптимізації загального становища галузі, виноградарство та виноробство потребують ґрунтового аналізу та оцінки.

Виноградарство та виноробство в Україні традиційно вважаються важливими видами економічної діяльності. Це зумовлено сприятливими кліматичними умовами і достатньою забезпеченістю трудовими та іншими ресурсами. Проте, на сьогодні стабільній та ефективній роботі виноробних підприємств перешкоджає численна кількість проблем, серед них: загальний кризовий стан економіки країни, низька забезпеченість сировиною переробних заводів, висока частка імпортової сировини, висока конкуренція, незахищеність вітчизняного виробника, відсутність належної підтримки з боку держави, невідповідна міжнародним стандартам якість виробленої продукції тощо.

Відповідно до п. 28 ст. 1 Закону України від 16 червня 2005 року № 2662-IV «Про виноград та виноградне вино» в редакції від 01.01.2019 року, «вино – алкогольний напій, вироблений з винограду, міцність якого набувається внаслідок спиртового бродіння роздушених ягід або свіжовіджатого соку, а в разі виготовлення вин кріплених – підвищується шляхом додавання спирту етилового, ректифікованого та/або спирту етилового ректифікованого виноградного, та/або дистиляту виноградного спиртового. Міцність вин може становити від 9 до 20 відсотків об'ємних. Органолептичні якості вина повинні відповідати природному складу винограду або відтворювати особливості, набуті внаслідок купажування чи спеціальної технологічної обробки виноматеріалів». Виноматеріали виноградні, за визначенням закону, це продукти первинної переробки винограду, призначені для виробництва вин та іншої виноробної продукції [1].

Світова виноробна промисловість у нараховує близько 1200 найменувань виноградних вин, які різняться між собою різноманітністю складу, смаковими, ароматичними відтінками і технологією виробництва. Основними виноробними районами України є південні і південно-західні регіони України: Одеська, Миколаївська та Херсонська області, Запоріжжя, Закарпаття

На 5 жовтня 2021 року згідно з офіційною класифікацією видів економічної діяльності на Одещині виробництвом виноградних вин займаються 4 фізичні особи-підприємці та 156 юридичних осіб. Вирощуванням винограду займаються 55 ФОПи та 528 юридичних осіб [2].

Найбільші площі насаджень в Тарутинському районі – 7305 га, Болградському – 6990 га, Саратському – 5035 га, Білгород-Дністровському – 3931 га, менші площі розташовані в Овідіопольському – 2534 га, Ренійському – 1988 га, Арцизькому – 2215 га, Татарбунарському – 2528 га, Кілійському – 1801 га, Ізмаїльському – 1756 га, Біляївському – 1156 га, Роздільнянському – 1543 га, Великомихайлівському – 167 га. [2] (табл. 1).

Таблиця 1

Площа виноградних насаджень в Одеській області станом на 2021 рік, тис. га

Район	Площа	в тому числі			
		плодючі	зрошувані	власно-кореневі	щеплені
Арцизький район	2215	1889	842	45	2170
Білгород-Дністровський район	3931	2639	29	307	3624
Біляївський район	1156	988	–	929	227
Болградський район	6990	4806	266	692	6298
Великомихайлівський район	167	163	–	107	60
Ізмаїльський район	1756	824	503	347	1409
Кілійський район	1801	1125	198	918	883
Овідіопольський район	2534	1790	388	123	2411
Роздільнянський район	1543	1052	–	156	1387
Ренійський район	1988	1412	126	431	1557
Саратський район	5035	4316	–	770	4265
Тарутинський район	7305	4569	–	211	7094
Татарбунарський район	2528	1921	39	534	1994
Всього по області	38949	27494	2351	5570	33379

Загальна площа виноградних насаджень на території Одеської області складає 38949 тис. га і є найбільшою серед областей України.

Питома вага Одеської області в загальному обсязі виробництва валової продукції виноградарства України становить 46,6%.

Урожайність в Одеській області складає 77,1 ц з 1 габ що в цілому становить 300296,8 тис. тон винограду зібраних з усіх заготовлених площ. [2]

Для збільшення ефективності використання сировинної бази виноробної промисловості в Україні необхідно:

– зменшити собівартість сировини за рахунок широкого використання ресурсозберігаючих технологій, ефективного застосування комплексу агротехнічних заходів, що сприяють підвищенню урожайності винограду;

– сформувані сортовий асортимент, що відповідає природно-кліматичним умовам вирощування винограду та відповідає вимогам попиту споживачів на ринку;

– стратегічне відновлення бази виноградних розсадників сертифікованим посадковим матеріалом, забезпечивши перехід на виробництво елітного та якісного посадкового матеріалу

– здійснення заходів щодо забезпечення розвитку інфраструктури ринку виноробної продукції, диверсифікації каналів реалізації та забезпечення якості продукції, регулювання

попиту і пропозиції, захист ринку від імпортової винної продукції та сировини низької якості [3].

Сучасна ситуація на ринку вина України характеризується такими особливостями:

– виробництво виноградного вина в Україні з кожним роком значно скорочується. Так, з початку 2012 року по 2014 рік існувала тенденція збільшення виробництва винограду з 408 тис. тон до 575 тис. тон, але вже з 2015 року до сьогоднішнього дня почалося зменшення обсягів виробництва, що пов'язане з кризовими явищами в економіці країни;

– малі виробники працюють переважно локально, у своїх регіонах, і не роблять значного впливу на ринок у цілому;

– вітчизняні виробники змушені здійснювати відрахування до бюджету за видачу ліцензій, постійне збільшення акцизів негативно позначається на попиті споживача, що змушує виробників піднімати ціну на свою продукцію або скорочувати обсяг виробництва вин;

– в Україні панує тенденція до скорочення виробництва натуральних виноградних вин, на користь більш дешевих в собівартості порошкових вин.

На сьогоднішній день в Україні загальна кількість компаній, які здійснюють випуск виноробної продукції, близько 100. Тих, хто формує внутрішній ринок (великі і середні виробники), налічується близько 20-ти [4].

У числі найбільших компаній вирізняються [3]: «Коблево» (ТМ «Koblevo», ТМ «Bon Vin»); «Гаврія» (ТМ «Askania»); «Нива» (ТМ «Таїрове» і ТМ «Одеський Степ»); «Інкерман-Інтернешнл» (ТМ «Inkerman»); «Шабо» (ТМ «Shabo»); «Фрут Майстер Фудс» (україно-угорське підприємство «Котнар», вина ТМ «Bereg Wine», ТМ «Cotnar», ТМ «Vinia»).

Якщо характеризувати рівень споживання вина в країні, то, за загальноприйнятою методикою Всесвітньої організації охорони здоров'я, споживання алкоголю вимірюється кількістю літрів чистого етилового спирту, вжитих протягом року людиною старше 15 років. До цієї групи належить приблизно 85% від усього наявного населення [5]. Країни європейського регіону традиційно очолюють рейтинги споживання алкоголю.

Згідно зі звітом Всесвітньої організації охорони здоров'я за 2018 р. найвищий рівень споживання алкоголю – у південноєвропейських країнах, де п'ють переважно вино, а найнижчий – на півночі Європи, де частіше вживають міцні спиртні напої. У південних країнах основним видом споживаного алкоголю залишається виноградне вино, виробництво якого в традиційно виноробних регіонах Європи протягом останніх років стабільно зростало. У північних країнах частіше вживають спирт, горілку, віскі, ром та інші міцні напої, вироблені із зернових культур, а також коньяк. У країнах Центральної Європи широко поширене пиво [5].

Отже, виноробна галузь є перспективним напрямком розвитку економіки України, що обумовлено сприятливими ґрунтово-кліматичними умовами і достатньою забезпеченістю трудовими та іншими ресурсами. Проте, на сьогодні стабільній та ефективній роботі виноробних підприємств перешкоджає, перш за все військові дії, а також і численна кількість проблем, серед них: низька забезпеченість сировиною переробних заводів, порушення паритетних взаємовідносин виробників сировини та виноробних підприємств, висока конкуренція, незахищеність вітчизняного виробника, відсутність належної підтримки з боку держави, низька якість виробленої продукції тощо. Принциповим підходом до стратегічного напрямку розвитку виноградарства та виноробства в Одеському регіоні (та в інших виноробних регіонах країни) є: у сфері виноградарства – розвивати вирощування сортів винограду української селекції; у сфері виноробства – розвивати виробництво вин, що охоплюють усі сегменти споживачів.

Список використаних джерел

1. Про виноград та виноградне вино: Закон України від 16 червня 2005 року №2662-IV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2662-15>.
2. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm
3. Виноробство в Україні: сучасний стан і перспективи. URL: <https://agropolit.com/blog/475-vinorobstvo-v-ukrayini-suchasniy-stand-i-perspektivi>
4. Некрасова Л. А., Некрасова К.І. Аналіз та перспективи розвитку підприємств виноробної галузі в Україні. Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 6. С. 83-87.
5. Огляд: Ринок алкоголю в Україні. URL: <https://rating.zone/rynok-alkoholnoi-produktsiiv/>

Хурдей В.Д.

к.е.н., доцент,

*в.о. завідувача кафедри маркетингу,
Університет митної справи та фінансів,*

м. Дніпро

Дронова Т.С.

к.е.н.

*доцент кафедри маркетингу,
Університет митної справи та фінансів,*

м. Дніпро

МАРКЕТИНГОВА ОЦІНКА ТОРГОВО-ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ВІДНОСИН

Канал торгово-посередницьких послуг зазвичай має кілька функціонуючих посередників, які виконують одну і ту ж роботу. Проте з кожним із дистриб'юторів підприємству працювати або вигідно, або ні. З метою визначити хто із посередників приносить більший прибуток, у кого якісніший товар, вигідніші умови поставки, краща репутація, маркетингова політика тощо необхідно оцінити кожен критерій відносин підприємства з окремим дистриб'ютором.

У практичній діяльності для маркетингової оцінки відносин підприємства з дистриб'юторами використовують різні методи: аналітичний метод, комбінований метод, метод експертних оцінок. Найпоширенішим методом оцінювання торгових посередників є експертний метод. Посередницька діяльність складна, тому дослідження лише кількісних критеріїв не достатня, а згаданий метод дає можливість оцінити ще й якісні критерії.

Нами проведено маркетингову оцінку торгових посередників українського виробника соків, нектарів, соковмісних продуктів, газованих напоїв та снєків ТОВ «Сандора» (табл. 1). Підприємство співпрацює з багатьма дистриб'юторами: "АТБ-маркет", "Metro Cash and carry", "Еко-Маркет", "Варус", "Сільпо", "Велика Кишеня", "Новус" тощо.

Розподіляємо "Вагу" між критеріями таким чином, щоб у сумі вона дорівнювала 1. Найбільш пріоритетним параметрам виділено більше значення, причому кожен параметр варіюється в діапазоні від 0,015 до 0,3. Експертні оцінки вимірюються в діапазоні від 1 (найгірше) до 10 (найкраще).

Таблиця 1

Маркетингова оцінка торгово-посередницьких відносин ТОВ «Сандора»

Критерії	Вага	АТБ-маркет	Metro Cash and carry	Варус	Сільпо	Велика Кишеня	Novus
кількість покупців	0,14	10	8	9	8	5	6