

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту  
Завідуюча кафедрою  
к.е.н., доцент Уханова І.О.



«29» листопада 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини  
за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини»

**НА ТЕМУ: «ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ  
ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТОВАРАМИ ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ»**

**Виконавець:**

студентка ЦЗФН гр. 6 зф 13

Москаленко Анастасія Сергіївна

/ підпис /

**Науковий керівник:**

к.е.н., доцент

Уханова Інна Олегівна

/ підпис /

**ОДЕСА – 2024**

## АНОТАЦІЯ

**Москаленко А.С., «Проблеми та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України товарами виноробної промисловості».**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024 р.

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є зовнішня торгівля України товарами виноробної промисловості.

У роботі розглядаються поняття та особливості зовнішньої торгівлі країн, узагальнено особливості регулювання зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості, досліджено тенденції та чинники розвитку світового ринку товарів виноробної промисловості.

Проаналізовано передумови та показники розвитку виноробної промисловості України; здійснено аналіз показників розвитку зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості України; проведено аналіз чинників розвитку зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості України.

Визначено перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України товарами виноробної промисловості, зокрема сформульовано організаційно-нормативні підходи з активізації зовнішньої торгівлі України товарами виноробної промисловості, а також визначено перспективи географічної диверсифікації у зовнішній торгівлі товарами виноробної промисловості України.

**Ключові слова:** winemaking, export, import, foreign trade, EU market, export diversification, state stimulation of winemaking.

## ANNOTATION

**Moskalenko A., “Problems and prospects for the development of Ukraine's foreign trade in wine industry products”.**

Qualification work for obtaining a master's degree in specialty 292 “International economic relations” under the educational program “International economic relations”. – Odessa National Economic University. – Odesa, 2023.

The master's qualification work consists of three sections. The object of the study is Ukraine's foreign trade in wine industry products.

The work examines the concepts and features of foreign trade of countries, summarizes the features of regulation of foreign trade in wine industry products, investigates trends and factors of development of the world market of wine industry products.

The prerequisites and indicators of the development of the wine industry of Ukraine are analyzed; the indicators of the development of foreign trade in wine industry products of Ukraine are analyzed; the factors of the development of foreign trade in wine industry products of Ukraine are analyzed.

The prospects for the development of foreign trade in wine industry products of Ukraine are determined, in particular, organizational and regulatory approaches to the activation of Ukraine's foreign trade in wine industry products are formulated, and the prospects of geographical diversification in foreign trade in wine industry products of Ukraine are also determined.

**Keywords:** sea trade port, sea freight transportation, logistics, logistics routes, cargo handling volumes, international cargo handling.

## ЗМІСТ

|                                                                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП.....                                                                                                              | 3  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ КРАЇНИ ТОВАРАМИ ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ .....              | 7  |
| 1.1. Поняття та особливості зовнішньої торгівлі країни.....                                                             | 7  |
| 1.2. Особливості регулювання зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості .....                                | 13 |
| 1.3. Тенденції та чинники розвитку світового ринку товарів виноробної промисловості.....                                | 18 |
| Висновки до розділу 1.....                                                                                              | 25 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТОВАРАМИ ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....                            | 26 |
| 2.1. Аналіз розвитку виноробної промисловості України .....                                                             | 26 |
| 2.2. Аналіз показників розвитку зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості України .....                     | 33 |
| 2.3. Аналіз чинників розвитку зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості України .....                       | 42 |
| Висновки до розділу 2.....                                                                                              | 53 |
| РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТОВАРАМИ ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ .....                      | 55 |
| 3.1. Організаційно-нормативні підходи з активізації зовнішньої торгівлі України товарами виноробної промисловості ..... | 55 |
| 3.2. Перспективи географічної диверсифікації у зовнішній торгівлі товарами виноробної промисловості України ....        | 62 |
| Висновки до розділу 3.....                                                                                              | 70 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                                                           | 72 |
| Список використаних джерел.....                                                                                         | 79 |

## ВСТУП

**Актуальність теми кваліфікаційної роботи.** Зовнішня торгівля є історично найстарішою і важливою частиною зовнішньоекономічних відносин. Її вплив на економічний розвиток окремих країн значно посилювався, а саме протягом усього періоду після Другої світової війни, в останні десятиліття розвиток міжнародної торгівлі належить до найдинамічніших елементів розвитку світової економіки. При цьому він являє собою не тільки динамічний розвиток на кількісному рівні, але також, з точки зору структурних змін окремих країн, формує складні міжнародні торговельні потоки. Вино традиційно було торговим товаром, але лише за останні два десятиліття міжнародна торгівля вином зазнала значного зростання, але незважаючи на зниження тарифів у міжнародній торгівлі вином, виноробна промисловість перебуває під сильним впливом нетарифних заходів, таких як посилення регулятивної діяльності та міркувань охорони здоров'я та безпеки, включаючи попередження про здоров'я щодо споживання вина. За останні роки світовий винний ринок зіткнувся з кількома суттєвими викликами, які вплинули на діяльність усіх суб'єктів господарювання цього ринку як частини системи дистрибуції вина. Ці виклики зумовили необхідність адаптації та інновацій від усіх суб'єктів системи розподілу: виробників вина, дистриб'юторів, імпортерів, роздрібних торговців, HoReCa тощо, щоб орієнтуватися в ринковому ландшафті, що розвивається.

Україна має багаті традиції у виноробстві та унікальні сорти винограду, які вирізняються своєю самобутністю. Останнім часом виноробство в Україні втрачає темпи зростання. Через політичну та фінансову складові, які сильно вплинули як на виробництво, так і на торгівлю на ринку. Економічний розвиток виноробної галузі підтримується новою генерацією виноробів, які інтегрують традиційні знання з сучасними технологіями, активно залучають інвестиції та сприяють експортному потенціалу українських вин, але кризу у виноградно-виноробній галузі спровокувала воєнна агресія РФ проти України. Між тим, галузь має потенціал для зовнішньої торгівлі, що обумовлює необхідність

пошуку шляхів удосконалення зовнішньої торгівлі української продукції галузі виноробства.

Для українських та зарубіжних науковців проблема зовнішньої торгівлі товарами виноробства вже давно є предметом уваги, наприклад, глобальний винний ринок досліджували Андерсон і Віттвер; Влаховчет досліджував світовий експорт вина, світові тенденції та структуру експорту на міжнародному ринку вина; Галаті проаналізував міжнародну торгівлю вином найбільших виробників вина у світі та довів, що спеціалізація стала більш важливою на світових винних ринках; А. Топов проаналізував заходи із підтримки експорту українських виноробів; Андерсон та Нелген дослідили нові виклики на глобальному ринку вина.

**Метою кваліфікаційної роботи** є дослідження проблем розвитку зовнішньої торгівлі України товарами виноробної промисловості для визначення перспектив її активізації.

Досягнення мети обумовлює виконання таких **завдань**:

- дослідити поняття та особливості зовнішньої торгівлі країни;
- узагальнити особливості регулювання зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості;
- дослідити тенденції та чинники розвитку світового ринку товарів виноробної промисловості;
- здійснити аналіз розвитку виноробної промисловості України;
- проаналізувати показники розвитку зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості України;
- здійснити аналіз чинників розвитку зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості України;
- визначити перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України товарами виноробної промисловості за рахунок впровадження нових організаційно-нормативних підходів та географічної диверсифікації.

**Об'єктом дослідження** виступає зовнішня торгівля України товарами виноробної промисловості.

**Предмет дослідження** становлять теоретичні та практичні напрямки активізації зовнішньої торгівлі України товарами виноробної промисловості.

У процесі підготовки кваліфікаційної роботи магістра застосовано такі **наукові методи**: аналіз та синтез наукової інформації та статистичної інформації з монографічної літератури статей, офіційних даних та публікацій профільних організацій; метод узагальнення – для дослідження теоретичних засад здійснення зовнішньої торгівлі, її особливостей на прикладі товарів галузі виноробства та дослідження чинників, та тенденцій, що наразі впливають на її розвиток; графічний метод, табличний метод, інструменти статистики – для аналізу статистичної інформації щодо експорту, імпорту, географічної структури зовнішньої торгівлі продукцією галузі виноробства та наочного представлення результатів, а також SWOT-аналіз для узагальнення сильних, слабих сторін, можливостей та загроз, що впливають на розвиток української торгівлі вином.

**Інформаційна база** кваліфікаційної роботи складається з наукових (монографічна література, статті) праць українських і зарубіжних дослідників питань зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості, чинників, що впливають на зовнішню торгівлю вином, офіційних даних та звітності Міністерств та відомств України, Інтернет-джерел.

**Публікації та апробація результатів дослідження.** За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано тези:

Moskalenko A. Development of foreign trade of ukraine in goods of the wine industry on the example of "WINFORT" LLC. Збірка тез Всеукраїнської науково-практичної конференції «Глокалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки», 18 жовтня 2024 р. Одеса, ОНЕУ (у друці).

Москаленко А. Аналіз показників розвитку зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості України. Збірник наукових праць

кафедри міжнародних економічних відносин ОНЕУ «Світова економіка та міжнародні економічні відносини», Випуск 6 – Одеса, ОНЕУ, 2024. (у друці).

**Структура та обсяг роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків загальним обсягом 80 сторінок, списку використаних джерел зі 49 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 84 сторінки.

# **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ КРАЇНИ ТОВАРАМИ ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

## **1.1. Поняття та особливості зовнішньої торгівлі країни**

Зовнішня торгівля є історично найстарішою і важливою частиною зовнішньоекономічних відносин. Її вплив на економічний розвиток окремих країн значно посилювався, а саме протягом усього періоду після Другої світової війни, в останні десятиліття розвиток міжнародної торгівлі належить до найдинамічніших елементів розвитку світової економіки. При цьому він являє собою не тільки динамічний розвиток на кількісному рівні, але також, з точки зору структурних змін окремих країн, формує складні міжнародні торговельні потоки. У гармонії з висновками класичних, неокласичних, а також сучасних теорій зовнішньої торгівлі, можна стверджувати, що нині зовнішня торгівля належить до вирішальних факторів, що впливають на економічне зростання як окремих країн, так і світової економіки [1, С.9].

Міжнародна торгівля — це купівля-продаж товарів і послуг компаніями в різних країнах. Споживчі товари, сировина, продукти харчування та обладнання купуються та продаються на міжнародному ринку. Міжнародна торгівля дозволяє країнам розширювати свої ринки та отримувати доступ до товарів і послуг, які інакше могли б бути недоступними всередині країни. В результаті міжнародної торгівлі ринок стає більш конкурентним. Зрештою це може призвести до більш конкурентоспроможних цін і дешевшої продукції. Деякі країни застосовують національний режим щодо імпортованих товарів, розглядаючи їх як еквівалент тих самих товарів, вироблених усередині країни [1, С.1826].

В одній із найважливіших концепцій економіки Рікардо зауважив, що торгівля була рушієм порівняльних, а не абсолютних витрат (виробництва товару). Одна країна може бути продуктивнішою за інші щодо всіх товарів у тому сенсі, що вона може виробляти будь-який товар, використовуючи менше



ресурсів (таких як капітал і праця), ніж інші країни потребують для виробництва того самого товару. Рікардо вважав, що така країна все одно виграє від торгівлі відповідно до своїх порівняльних переваг — експорту товарів, у яких її абсолютна перевага була найбільшою, та імпорту товарів, у яких її абсолютна перевага була порівняно меншою (навіть якщо все ще позитивною). Навіть країна, яка є більш ефективною (має абсолютну перевагу) у всьому, що вона робить, виграє від торгівлі. Хоча країна може бути вдвічі продуктивнішою за своїх торговельних партнерів у виробництві одягу, якщо вона втричі продуктивніша у виробництві сталі чи будівництві літаків, вона виграє від виробництва та експорту цих товарів та імпорту одягу. Його партнер виграє, експортуючи одяг — у якому він має порівняльну, але не абсолютну перевагу — в обмін на ці інші товари (див. рамку). Поняття порівняльної переваги також поширюється за межі фізичних товарів на торгівлю послугами, такими як написання комп'ютерного коду чи надання фінансових продуктів. Через порівняльну перевагу торгівля підвищує рівень життя обох країн. Дуглас Ірвін [3] називає порівняльну перевагу «хорошою новиною» для економічного розвитку. «Навіть якщо країна, що розвивається, не має абсолютної переваги в будь-якій галузі, вона завжди матиме порівняльну перевагу у виробництві деяких товарів» і буде вигідно торгувати з розвиненими економіками.

Відмінності в порівняльних перевагах можуть виникати з кількох причин. На початку 20-го століття шведські економісти Елі Хекшер і Бертіл Олін визначили роль праці та капіталу, так званих факторних надбань, як визначальний фактор переваги. Пропозиція Хекшера-Оліна стверджує, що країни, як правило, експортують товари, у виробництві яких інтенсивно використовується фактор виробництва, якого в країні відносно багато. Країни, які добре забезпечені капіталом, наприклад фабриками та машинами, повинні експортувати капіталомісткі продукти, тоді як країни, добре забезпечені робочою силою, мають експортувати трудомісткі продукти. Сьогодні економісти вважають, що забезпеченість факторами виробництва має значення, але існують також інші важливі впливи на моделі торгівлі [4].

Останні дослідження показують, що епізоди відкриття торгівлі супроводжуються коригуванням не лише в галузях, але й усередині них. Посилення конкуренції з боку іноземних фірм чинить тиск на прибутки, змушуючи менш ефективні фірми укласти контракти та звільняючи місце для більш ефективних фірм. Розширення та входження нових компаній приносять із собою кращі технології та нові види продукції. Ймовірно, найважливішим є те, що торгівля забезпечує більший вибір різних типів товарів (скажімо, холодильників). Це пояснює, чому існує велика внутрішньогалузева торгівля (наприклад, країни, які експортують побутові холодильники, можуть імпортувати промислові холодильники), що є тим, що не охоплює підхід факторного забезпечення. Існують очевидні переваги ефективності від торгівлі, яка призводить до збільшення кількості продуктів — не лише більшої кількості однакових продуктів, але й більшої різноманітності продуктів. Наприклад, Сполучені Штати імпортують у чотири рази більше різновидів (наприклад, різних типів автомобілів), ніж у 1970-х роках, тоді як кількість країн, що постачають кожен товар, подвоїлася. Ще більшою вигодою може бути більш ефективне витрачання інвестицій, яке є результатом того, що фірми мають доступ до більшої різноманітності та якості проміжних і капітальних ресурсів (думайте про промислові оптичні лінзи, а не про автомобілі). Збільшуючи загальні інвестиції та сприяючи інноваціям, торгівля може забезпечити стійке високе зростання [3].

Розглядаючи функціонування зовнішньої торгівлі в економіці окремих країн, можна виявити значні відмінності в залежності від типу економіки щодо її економічного розміру та рівня економічного розвитку. Тим не менш, можна відзначити певні функції як загальнодостовірні:

- трансформаційна функція, тобто вплив зовнішньої торгівлі на формування рівня внутрішньоекономічної рівноваги;
- функція ряду, тобто виконання точки зору «економії часу» з результатом економії національна праця, беручи участь у міжнародному поділі праці;

- зовнішня торгівля може, за певних умов, виступати перешкодою для зростання внутрішньої економіки;
- взаємна взаємодія між зростанням (або спадом) національного доходу та зростання (спад) експорту.

Сутнісна характеристика зовнішньої торгівлі надана на рис. 1.1.

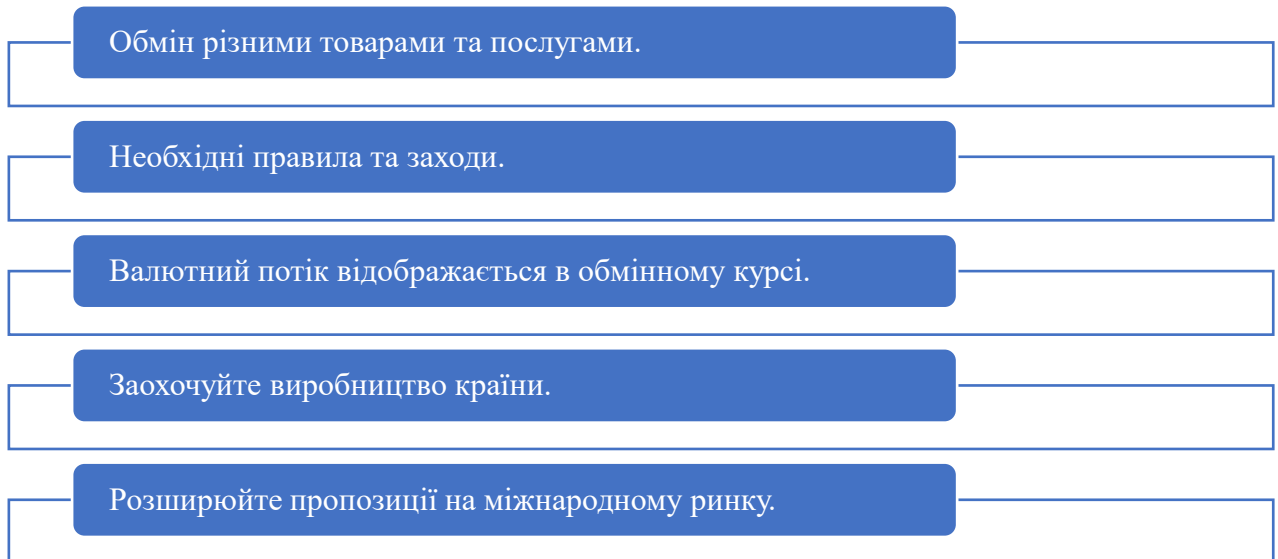


Рис. 1.1. Сутнісна характеристика зовнішньої торгівлі

Джерело: складено за [3]

У зовнішній торгівлі існують правила контролю продукції, процедури та оподаткування, які гарантують безпечне та законне здійснення операції. Митниця є органом, відповідальним за контроль ввезення та вивезення різноманітних товарів, а також перевірку дотримання спеціальних правил відповідно до закону. Усі країни, які займаються зовнішньою торгівлею, чи то для обміну товарами чи послугами, повинні укласти угоди чи домовленості для полегшення процесів обміну; це встановлюється відповідно до кожного штату, уряду, компанії та відповідного законодавства [5, С.58].

Продукт, який продається на світовому ринку, називається експортом, а продукт, який купується на світовому ринку, — імпортом. Імпорт та експорт є засобами зовнішньої торгівлі. Імпорт та експорт між різними країнами є життєво важливими для економіки, крім задоволення попиту на ринках,

підвищення конкурентоспроможності та сприяння виробничим ланцюгам, які забезпечують добробут і кращу якість життя для всіх. Зовнішня торгівля здійснюється товарами та послугами, що включає імпорт, експорт, а сальдо зовнішньої торгівлі представлено окремо для товарів і послуг. Загальний обсяг імпорту, експорту та сальдо зовнішньої торгівлі представлені у вигляді підсумків товарів і послуг. Експорт означає продаж товарів і послуг з рідної країни іноземній країні. Тоді як імпорт означає купівлю іноземної продукції та ввезення її в рідну країну. Дійсно, економічні моделі, які використовуються для оцінки впливу торгівлі, зазвичай нехтують впливами, пов'язаними з передачею технологій і проконкурентними силами, такими як розширення асортименту продукції. Це тому, що ці впливи важко змодельовати, а результати, які їх включають, піддаються більшій невизначеності. Проте там, де це було зроблено, дослідники прийшли до висновку, що переваги торговельних реформ, наприклад зниження тарифів та інших нетарифних бар'єрів у торгівлі, є набагато більшими, ніж припускають звичайні моделі. Імпорт та експорт обліковуються в розділі поточного рахунку платіжного балансу країни. Різні країни наділені різними активами та природними ресурсами, такими як земля, праця, капітал і технології. Глобальна торгівля дозволяє заможним країнам ефективніше використовувати свої ресурси. Це також дозволяє деяким країнам виробляти той самий товар більш ефективно; іншими словами, швидше та з меншими витратами. Тому вони можуть продавати його дешевше, ніж інші країни. Якщо країна не може ефективно виробляти товар, вона може отримати його шляхом торгівлі з іншою країною, яка може. Це відомо як спеціалізація. Кожна країна світу так чи інакше покладається на свій імпорт. Подібним чином вони також перевиробляють певні продукти, щоб їх експортувати. У світі немає жодної країни, яка виробляє всю необхідну продукцію. Таким чином, країна виробляє товар, який вона має порівняльну перевагу, імпортуючи інші товари. Такий обмін товарами між країнами вважається зовнішньою торгівлею країни. Оскільки кожна країна покладається на це, їм необхідно підтримувати добрі відносини з країною, з якої вони імпортують [6, С.118-123].

Переваги імпорту та експорту надані на рисунку (Рис. 1.2).

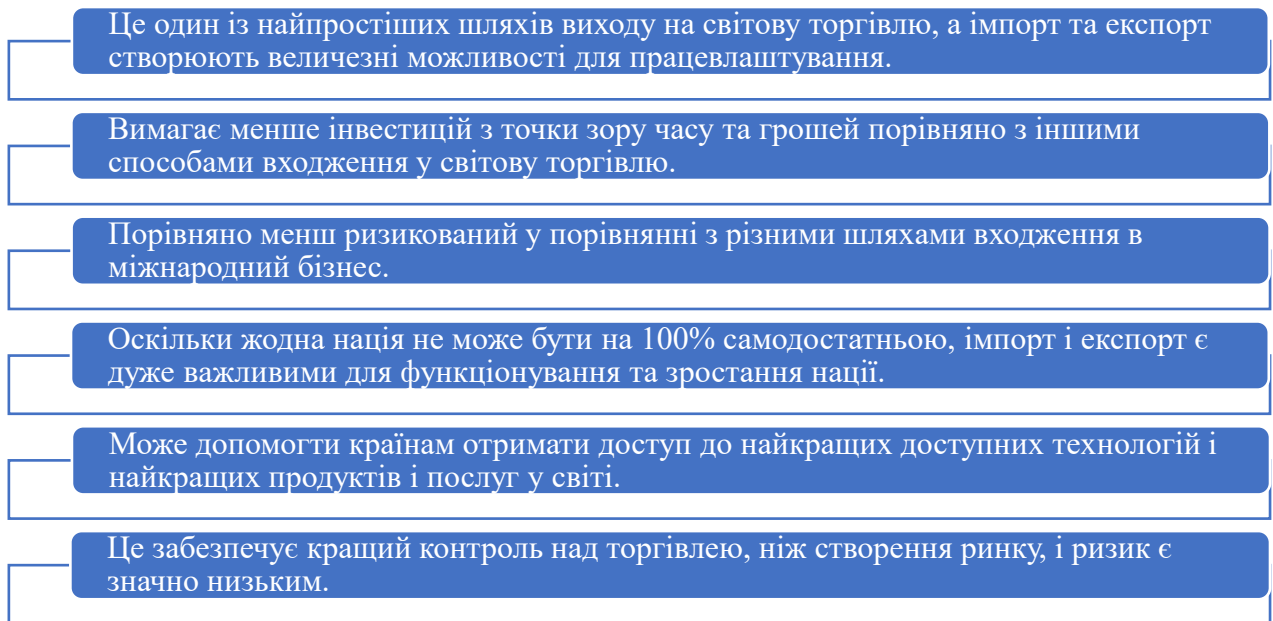


Рис. 1.2. Переваги імпорту та експорту

Джерело: складено за [6, С.118-123]

Між тим, слід враховувати, що імпорт та експорт мають певні обмеження (Рис. 1.3).

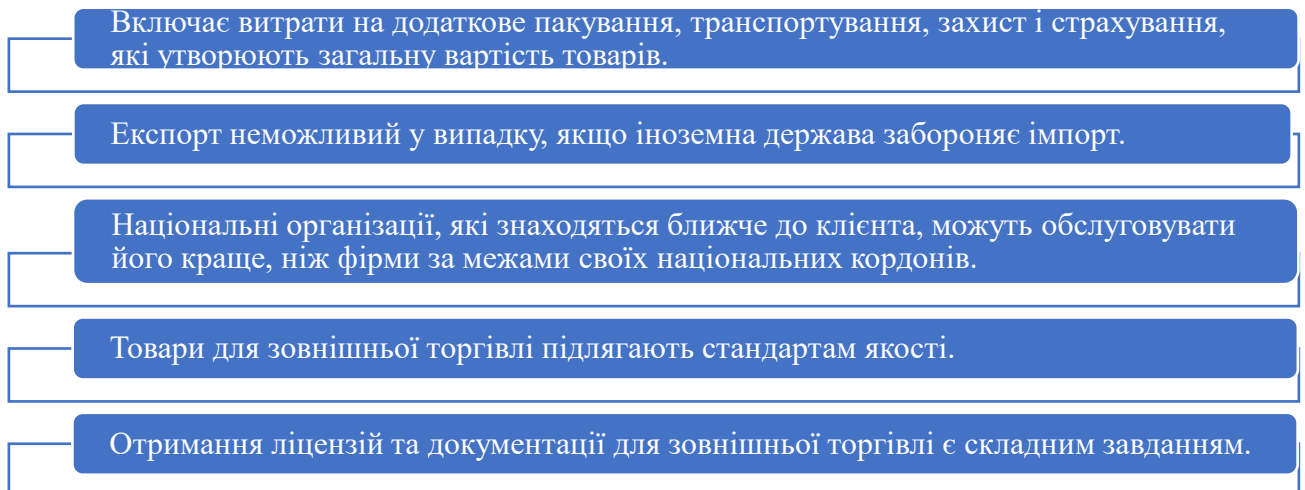


Рис. 1.3. Обмеження експорту та імпорту

Джерело: складено за [6, С.118-123].

Таким чином, міжнародна торгівля — торгівля між резидентами різних держав. Під час міжнародної торгівлі відбувається переміщення товарів і послуг через митні кордони різних держав. Результатом міжнародної торгівлі

є виникнення світового ринку. В основі формування міжнародної торгівлі лежить міжнародний поділ праці.

## **1.2. Особливості регулювання зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості**

Вино традиційно було торговим товаром, але лише за останні два десятиліття міжнародна торгівля вином зазнала значного зростання: у 1960-х роках частка експорту у світовому виробництві вина становила 10%, а в 1990 році ця частка досягла лише 15%. Проте до 2000 року експортна продукція досягла 25% світового виробництва та понад 30% у 2010 році. Зростання міжнародної торгівлі вином є лише одним із аспектів складної еволюції світового винного сектору: відбулися глибокі зміни в географії виробництва та споживання, а також у напрямку експортних потоків [7]. Дійсно, зростання торгівлі вином було спричинене протягом 1990-х років збільшенням споживання вина в Північній Європі та Північній Америці, компенсуючи зниження споживання в країнах Середземномор'я, а також зростанням експорту з так званих виробників вина Нового Світу. Останнім часом міжнародна торгівля вином підштовхнулася завдяки збільшенню попиту в основному в країнах Азії, які донедавна були лише незначно залучені до імпорту вина, а виробництво зростає в деяких країнах-імпортерах (Китай, Індія, Бразилія) і в країнах із значним потенціалом (Україна) [8].

Протягом останнього століття зростання міжнародної торгівлі вином сприяло процесу лібералізації торгівлі. Цей процес був викликаний як створенням економічних інтегрованих зон (найбільш актуальними для торгівлі вином є ЄС, NAFTA, MERCOSUR), де тарифи і, в тій чи іншій мірі, нетарифні бар'єри були усунені, і через прогрес Світової організації торгівлі (СОТ) у напрямку загального та поступового зниження тарифів та більш ефективного регулювання нетарифних бар'єрів. Тарифи є найбільш відчутною торговою перешкодою: вони підвищують ціни на імпорт, тим самим перешкоджаючи

доступу до ринків. Поточний рівень тарифів обмежений правилами СОТ: усі члени зобов'язуються встановлювати тарифи на рівні (тариф найбільшого сприяння), вище якого вони не можуть бути підвищені без компенсації зацікавленим країнам. Тарифи на вино, залежно від країн-імпортерів, можуть бути виражені як: адвалорні, з однією ставкою або різними ставками відповідно до рівня ціни продукту; на основі питомого об'єму (на літр); питома спиртова основа (міцність спирту); суміш адвалорних і специфічних. Крім того, тарифи можуть відрізнятися залежно від різних типів вина (нерозливне або розливне, ігристе). Конкретні тарифи на основі обсягу є найпопулярнішими в Європі та Північній Америці, тоді як адвалорні тарифи використовуються в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, за винятком Японії та Малайзії. Через наявність специфічних тарифів оцінка та порівняння рівня захисту ринку вина потребує складних оцінок. Відповідно до літератури, тарифний захист є досить низьким у країнах, які тривалий час займаються імпортом вина, хоча основні нові світові експортери скаржаться, що ЄС має вищий рівень тарифів. Навпаки, рівень тарифів є високим у країнах, які нещодавно зазнали зростання імпорту вина, тобто переважно на азіатських ринках. Нетарифні бар'єри стосуються широкого та неоднорідного діапазону політичних втручань, крім прикордонних тарифів, які впливають і спотворюють торгівлю товарами, послугами та факторами виробництва. У цьому діапазоні особливо критичними є технічні бар'єри в торгівлі, які регулюються СОТ двома угодами (Угодою про технічні бар'єри в торгівлі та Санітарною та фітосанітарною угодою) на основі спільних принципів гармонізації, еквівалентності та взаємного визнання. Впровадження таких правил СОТ породило деякі критичні проблеми та не виявилось ефективним у запобіганні збільшенню технічних бар'єрів [9].

Що стосується торгівлі вином, наразі кілька стандартів були визначені Кодексом Аліментаріус, визнаним СОТ як організація, що встановлює стандарти, тоді як Міжнародна організація вина (OIV), хоча й міжурядова організація, зобов'язалася встановити технічні та комерційні стандарти для

вина, не визнається СОТ. Відповідно технічні бар'єри, що викликають серйозне занепокоєння у торгівлі вином, такі: (i) правила маркування вина; (ii) практики виноробства; (iii) максимальні ліміти залишків агрохімікатів: вони відрізняються між країнами як рівнем, так і дозволеним використанням у продуктах; (iv) процедури сертифікації та тестування [10, С. 216-217].

У 21-му столітті, коли нові імпортери вина, що швидко розвиваються, сильно захищені тарифами та розробляють правила регулювання ринку вина (у деяких випадках навіть для захисту вітчизняної виноробної промисловості в її зародковому стані), які можуть виявитися нетарифними бар'єрами, проблема рівня та типів бар'єрів у торгівлі набуває нового значення. Дійсно, торговельні бар'єри можуть серйозно обмежити потенціал зростання світового імпорту вина, а процеси нерівномірного скорочення можуть вплинути на конкурентні переваги постачальників. Що стосується зменшення нетарифних бар'єрів у торгівлі вином, то головною ініціативою є Всесвітня група з торгівлі вином (WWTG), яка наразі включає вісім країн, які давно беруть участь у винному бізнесі. Ці країни запровадили ефективний підхід, заснований на ідеях СОТ про гармонізацію та взаємне визнання, для усунення технічних бар'єрів у торгівлі вином між її членами, досягнувши деяких важливих угод, і зараз намагаються залучити країни-імпортери, що швидко розвиваються [11].

Тариф найбільшого сприяння (РНС) для вина, як і для багатьох інших алкогольних виробів, є високим у тарифних таблицях багатьох членів СОТ. У 2000 році середній застосований тариф ННС становив 58 відсотків, трохи знизившись до 48 відсотків до 2022 року (Рис. 1.4).



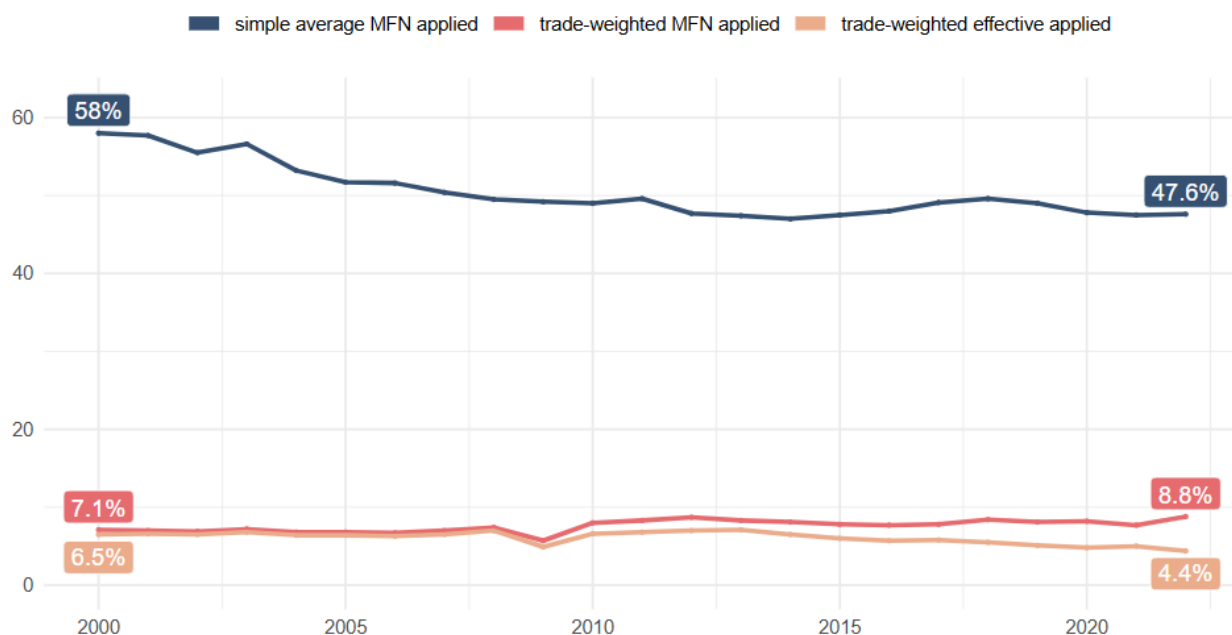


Рис. 1.4. Середній застосований тариф на вино, 2000-2020

Джерело: [11]

Однак, якщо взяти до уваги фактичний імпорт, середньозважений торговельно-зважений тариф у 2022 році становив 8,8 відсотка. Цей значно нижчий показник свідчить про те, що більшість вина імпортується економіками з відносно низькими тарифами. Враховуючи преференційні ставки за регіональними торговельними угодами (РТУ) та преференційними торговельними угодами (ПТП), застосована тарифна ставка є суттєво нижчою. Зважене за вартістю імпорту бенефіціарів цих пільгових ставок, середнє значення становить лише 4 відсотки. Ця нижча ставка означає, що члени СОТ успішно домовилися про більш сприятливі умови у своїх двосторонніх і регіональних торгових угодах. Тенденцію можна побачити в зниженні застосовуваних тарифів з 7 відсотків у 2014 році до 4 відсотків у 2022 році. Тарифні ставки на вино значно відрізняються між членами СОТ. Більше половини членів СОТ мають зв'язані тарифи, що перевищують 50 відсотків, а 20 відсотків мають тарифи, вищі за 100 відсотків. Водночас менше третини країн-членів встановлюють тарифи ННС у розмірі нижче 15 відсотків — поріг, який часто сприймається як високий — і 60 відсотків членів застосовують

тарифи РНС у діапазоні від 15 до 50 відсотків. Понад 10 відсотків членів підтримують тарифи ННС, що перевищують 50 відсотків. Окрім тарифів, інші торгові заходи також впливають на вино та виноробну продукцію. Багато з цих заходів є нетарифними заходами (NTM), які охоплюються Угодою про застосування санітарних і фітосанітарних заходів (SPS) або Угодою про технічні бар'єри в торгівлі (TBT). За обома цими угодами урядам дозволено вживати заходів для захисту здоров'я та безпеки або регулювати інші аспекти, що впливають на якість вин (та інших алкогольних напоїв загалом). Наприклад, уряди часто включають попередження про здоров'я та вагітність у вимоги до маркування та сертифікації. Інші приклади включають заходи, пов'язані з протоколами інспекції, методами відбору проб вина та тестування, географічними назвами чи використанням традиційних термінів. Оскільки вони впливають на міжнародну торгівлю, про ці заходи необхідно повідомити СОТ, щоб повідомити про їхній вплив на експортерів, даючи їм можливість прокоментувати та переглянути заходи. Це основне зобов'язання щодо прозорості в рамках СОТ.

Географічні назви, часто у формі найменувань місць походження, вже давно є важливими у торгівлі вином, зокрема, і серед 9500 брендів походження, які, за оцінками, використовуються у всьому світі, 2535 використовуються для вин. У Європейському Союзі, головному користувачі ГУ, з 3500 ГУ, зареєстрованих на рівні ЄС, 1627 призначені для вин. Вартість продажу продуктів із географічним зазначенням була в середньому в 2,07 рази вищою, ніж вартість порівнянних товарів без географічного зазначення. Географічні дані для вин є ще більш успішними, керуючи надбавкою до вартості 2,85 для всіх винних географічних позначень ЄС, порівняно з 2,72 у 2010 році. -- Франція лідирує в рейтингу з коефіцієнтом надбавки до вартості 4,13. Проте найприбутковішими ринками є зростаючий експорт до країн за межами Європейського Союзу (тобто екстра-ЄС) (16 відсотків за обсягом і 22 відсотки за вартістю) — переважно до Сполучених Штатів, США Королівство та Канада — у яких відносна вартість обсягу була найвищою для найбільших експортерів

вина. Кілька регіональних і двосторонніх угод, а також міжнародних конвенцій, які адмініструються Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ), передбачають більш детальні рівні захисту, ніж Угода ТРІПС. Однак правила ТРІПС забезпечують єдиний повністю багатосторонній мінімальний стандарт захисту щодо того, як географічні зазначення вина мають бути захищеними на цих експортних ринках [11].

### **1.3. Тенденції та чинники розвитку світового ринку товарів виноробної промисловості**

Як вже було сказано, міжнародна торгівля вином і продуктами з виноробства значно зросла за останні два десятиліття. Ринок також став більш диверсифікованим, оскільки змінилися смаки споживачів. У той час як традиційні виноробні економіки, такі як Франція, Італія та Іспанія, зберігають своє домінування в експорті вина, винороби «нового світу», такі як Австралія, Чилі та Сполучені Штати, також роблять серйозні успіхи. Однак частка Китаю як імпортера знизилася після періоду зростання, можливо, через глобальні збої, такі як пандемія COVID-19 [12].

Незважаючи на зниження тарифів у міжнародній торгівлі вином, виноробна промисловість перебуває під сильним впливом нетарифних заходів, таких як посилення регулятивної діяльності та міркувань охорони здоров'я та безпеки, включаючи попередження про здоров'я щодо споживання вина. У той же час схеми якості, такі як захист географічного зазначення (GI), мають сильний позитивний вплив на вартість експорту. Ці тенденції підкреслюють важливість СОТ як форуму для сприяння міжнародній співпраці з метою уникнення торговельних суперечок і фрагментації. Імпорт та експорт є ключем до сучасного суспільства споживання: клієнти є всюди, і всі вони хочуть мати товари. Але природні ресурси та ноу-хау розподілені по всьому світу нерівномірно, тому потрібно переміщувати продукти з місця їх виробництва туди, де вони потрібні. Наприклад, виноград може добре рости тільки в певних

грунтах і кліматі, а виноробство – тонкий процес, який вимагає знань і досвіду. Ось чому у виноробній промисловості домінує кілька країн із відповідними умовами та навичками, як-от Франція, Іспанія, Італія, Чилі та Австралія. Кожна країна-виробник вина може похвалитися власними фірмовими стилями та продавати їх у всьому світі. Наприклад, характерний терруар французької сільської місцевості неможливо відтворити в Японії, тому японці змушені імпортувати французькі вина. Імпорт означає, що країни з низьким виробництвом, але високим споживанням, такі як Норвегія чи Велика Британія, можуть задовольнити попит. Тим часом експорт дозволяє виноробам продавати продукцію за межі місцевих ринків. Часто вони недостатньо великі, щоб підтримувати галузь, особливо в виноробних країнах Нового Світу, де виробничі потужності значно перевищують внутрішній попит [13].

Міжнародна торгівля почала процвітати в 1960-х роках з винаходом сучасного транспортного контейнера, транспортний контейнер зробив революцію в імпорті та експорті, зробивши весь процес швидшим, дешевшим і ефективнішим. Цей розвиток у поєднанні зі зниженням тарифів і торговельних бар'єрів сприяв постійному зростанню міжнародної торгівлі вином протягом останніх кількох десятиліть. Загальний міжнародний імпорт та експорт вина зростає: у 2022 році було продано 107 млн декалітрів порівняно з 60 млн у 2000 році. Понад 80% країн демонструють позитивні тенденції в імпорті вина, особливо значне зростання останнім часом спостерігалось в Канаді, Польщі та Норвегії років. Проте культові виноробні країни Франція, Італія та Іспанія залишаються трьома найбільшими світовими експортерами [14]. Списки найкращих імпортерів та експортерів у 2022 році надані на рис. 1.6.

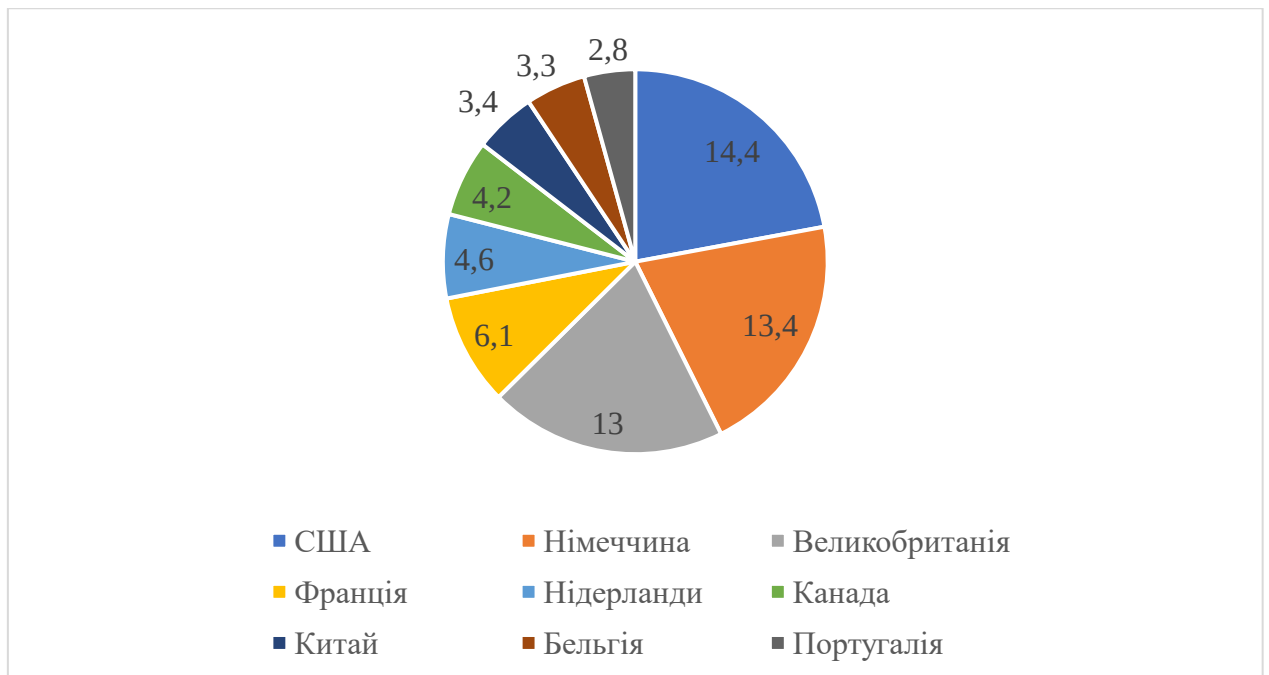


Рис. 1.6. Імпорт вина до основних країн у 2022 році, млн. декалітрів  
Джерело: складено за [13]

Також слід виокремити країни, які є основними світовими експортерами вина (Рис. 1.7).

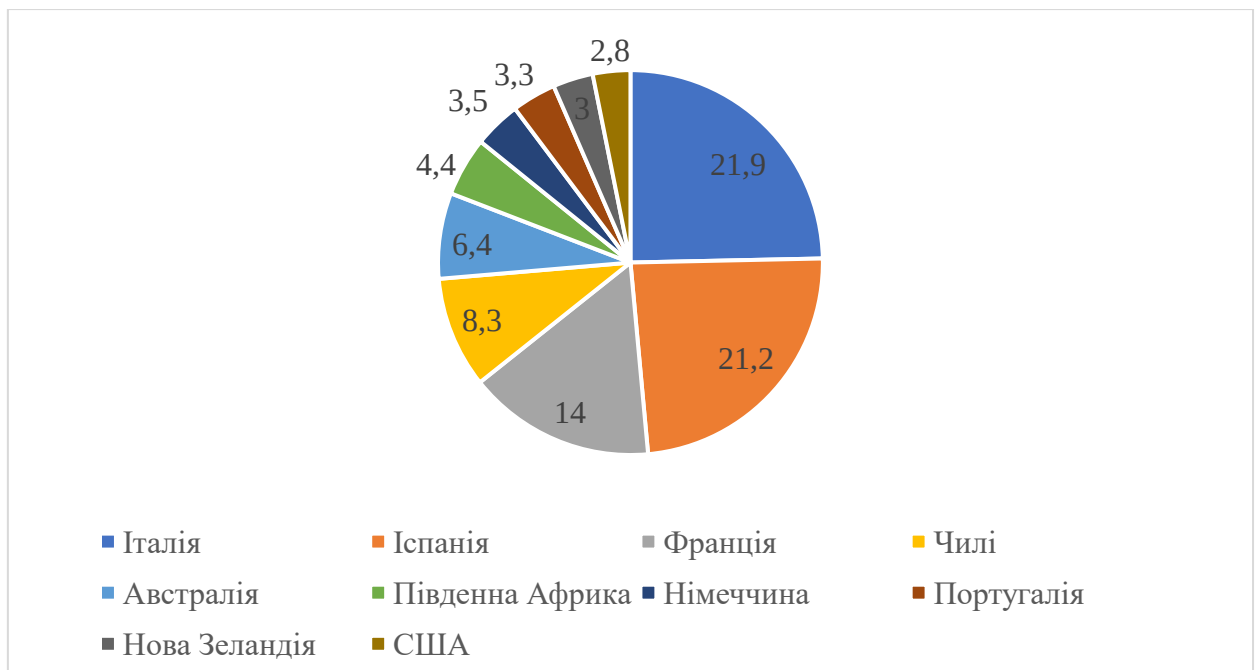


Рис. 1.7. Експорт вина до основних країн у 2022 році, млн. декалітрів  
Джерело: складено за [13]

Італія є провідним у світі виробником вина з 49,8 млн. декалітрів виробництва у 2022 році. Вона також домінувала на експортному ринку вина, поставивши 21,9 по всьому світу. Країна посідає третє місце у світі за споживанням з 23,0. Однак, імпортувавши лише 2,2 млн. декалітрів, Італія навіть не входить до першої десятки світових імпортерів, тому можна припустити, що італійці віддають перевагу домашнім винам, ніж імпортним. Франція є єдиним із трійки великих виробників, який також входить до списку десяти найбільших імпортерів. Незважаючи на виробництво 45,6 млн. декалітрів і експорт 14,0 млн. декалітрів, він імпортував значні 6,1 млн декалітрів, що поставило його на четверте місце в світі, причому 75% обсягу імпорту становили розливні вина. Тим не менш, загальне споживання склало 25,3 млн декалітрів, що означає, що французи все ще відкорковують багато свого національного продукту. Іспанська виноробна промисловість виробила 35,7 млн декалітрів вина у 2022 році та зберегла високі показники експорту з 21,2, проданого за кордоном. Але іспанці спожили лише 10,3 млн декалітрів, що означає, що це важкий ринок для імпортерів вина. Насправді країна опустилася на 28 місце у світі за імпортом. Із споживчим попитом у 34,0 млн. декалітрів США є найбільшим споживачем вина у світі. Але його 22,4 млн декалітрів виробництва просто не можуть задовольнити попит. Тож він також є імпортером номер один у світі: у 2022 році в країну було поставлено 14,4 млн декалітрів виновиробів, що робить її прибутковим ринком для міжнародних виноробів. Німеччина — ще одна країна, де виробництво (8,9 млн. декалітрів) не може впоратися з ненаситним попитом. У 2022 році німці випили 19,4 млн. декалітрів вина, і імпортували 13,4 млн декалітрів вина.

За останні два десятиліття міжнародна торгівля вином і продуктами з винограду зросла майже втричі. На Рис. 1.8 показано, як його вартість неухильно зростає з 17,7 мільярдів доларів США у 2000 році до понад 50 мільярдів доларів США у 2021 та 2022 роках.

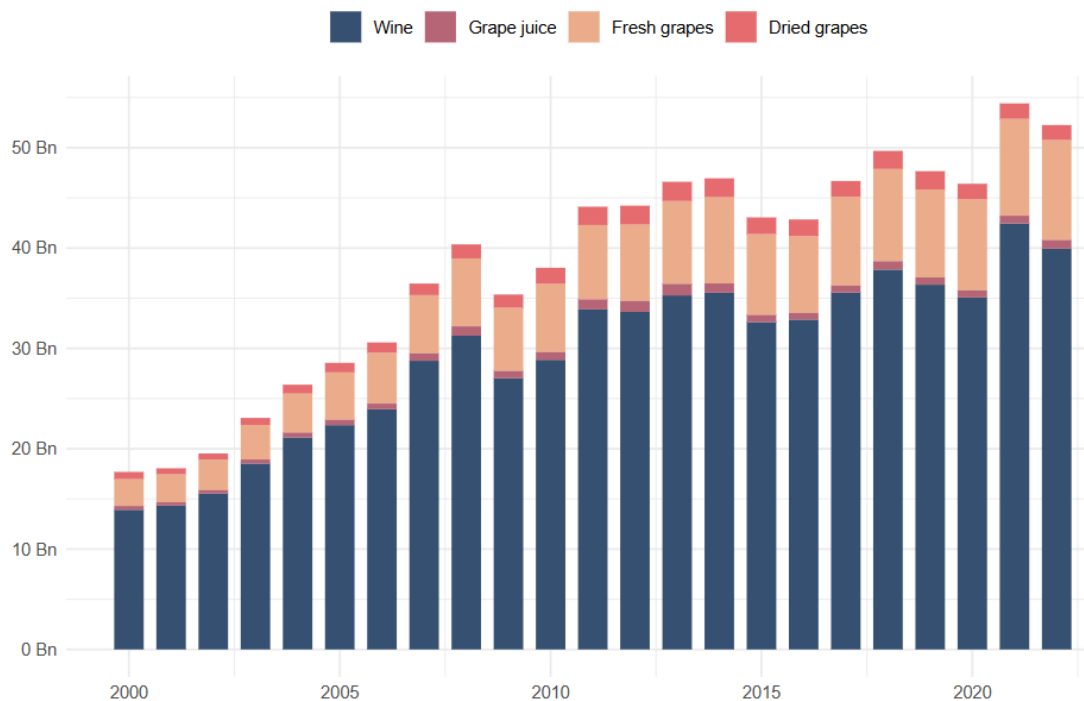


Рис.1.8. Імпорт вина та винопродуктів, 2000-2022, млрд дол. США

Джерело: складено за [15]

Вино становило більшу частину цієї торгівлі (76 відсотків у 2022 році), а решта 24 відсотки становили свіжі а також сушений виноград і виноградний сік. За останні два десятиліття міжнародна торгівля дедалі більше стає вирішальним компонентом виноробної промисловості. Якщо у 2000 році приблизно 22 відсотки виробленого вина продавалися на міжнародному ринку, то до 2022 року ця частка зросла майже вдвічі до 42 відсотків. Це говорить про те, що фокус виноробної промисловості все більше зміщується на міжнародні ринки. Частка імпортного вина у світовому споживанні вина зросла з 25 до 45 відсотків за той же період, що свідчить про те, що смаки споживачів стали більш різноманітними на міжнародному рівні. «Старий світ» продовжує домінувати в експорті вина, а Франція, Італія та Іспанія займають перші три позиції як за вартістю, так і за обсягом. З «нового світу» Австралія, Чилі та Сполучені Штати є основними постачальниками за вартістю, хоча їхні частки на міжнародному ринку залишаються меншими, ніж частки першої трійки. Що стосується імпорту, основними країнами-імпортерами вина є Німеччина,

Сполучене Королівство та Сполучені Штати. Вони майже однакові за обсягом, але Сполучені Штати явно лідирують за вартістю. Сплеск імпорту вина в Китай почався в 2005 році і досяг піку в 2017 році, але з тих пір він скоротився більш ніж вдвічі. Це падіння може бути спричинене короткостроковими збоями, такими як пандемія COVID-19, а також довгостроковими структурними зрушеннями, такими як збільшення внутрішнього виробництва та можливі зміни в уподобаннях споживачів.

За останні роки світовий винний ринок зіткнувся з кількома суттєвими викликами, які вплинули на діяльність усіх суб'єктів господарювання цього ринку як частини системи дистрибуції вина. Ці виклики зумовили необхідність адаптації та інновацій від усіх суб'єктів системи розподілу: виробників вина, дистриб'юторів, імпортерів, роздрібних торговців, HoReCa тощо, щоб орієнтуватися в ринковому ландшафті, що розвивається. Розглянемо основні фактори, які вплинули на діяльність світового ринку вина та його дистрибуцію вина системи, починаючи з пандемії і закінчуючи сьогоdnішніми реаліями (рис. 1.9).

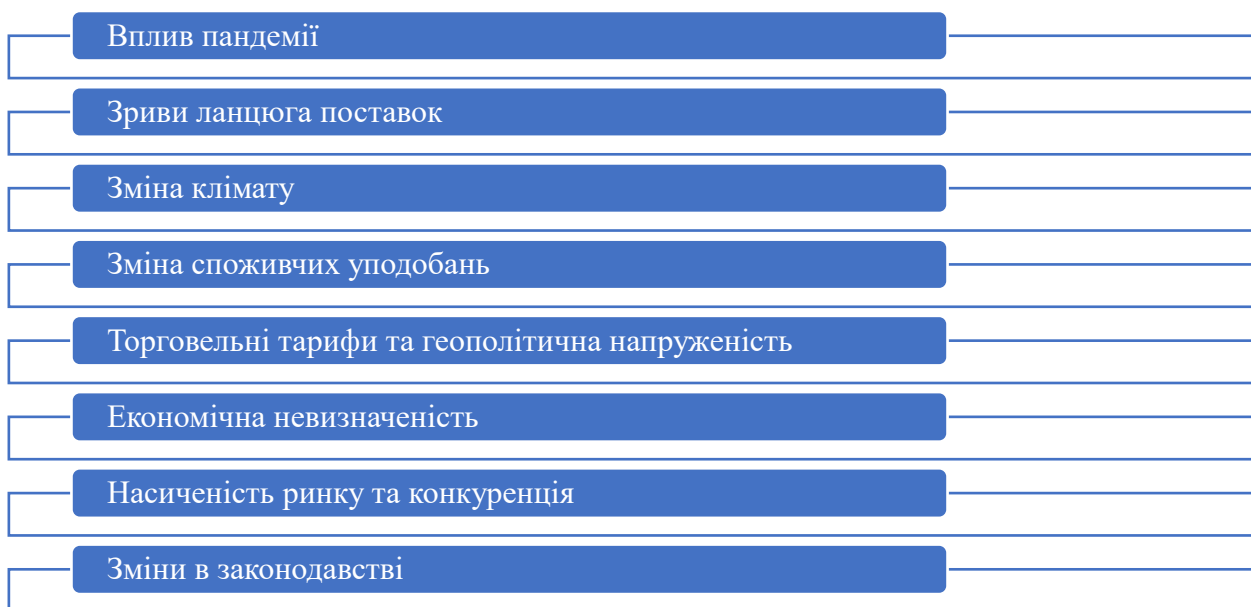


Рис. 1.9. Основні чинники, що впливають на активність світового ринку вина та його системи дистрибуції вина

Джерело: складено за [16]



COVID-19 призвів до масових збоїв, закриття ресторанів, барів і виноробень, що вплинуло на продажі в магазинах. Однак онлайн-продажі вина зросли, оскільки споживачі перейшли до електронної комерції. У 2023 році ринок електронної комерції вина в Європі, за оцінками, приніс приблизно 2,2 мільярда доларів США доходу. Прогнози показують, що до 2029 року ця цифра може сягнути приблизно 2,6 мільярдів доларів США [17]. Крім того, пандемія погіршила існуючі проблеми з ланцюгом поставок, спричинивши затримки у виробництві, пакуванні та розподілі. Збільшення витрат на доставку та дефіцит сировини вплинули на доступність вина та формування ціни. На міжнародну торгівлю вплинули тарифи та геополітична напруженість, наприклад тарифи США на європейські вина та проблеми, пов'язані з Brexit, що вплинуло на вартість і потік вина. Посилення конкуренції з боку виноробних регіонів, що розвиваються, призвело до насичення ринку, що призвело до цінового тиску та необхідності диференціації серед традиційних виробників. Зростає попит на екологічно чисті та органічні продукти. Споживачі все більше цікавляться натуральними винами та екологічно чистими методами, що спонукає виробників адаптуватися. В умовах економічної невизначеності, економічної нестабільності та інфляції скорочуються витрати на предмети розкоші, включно з елітними винами, зростає інтерес до більш доступних варіантів [18]. Було додано деякі зміни до нормативних актів, що стосуються маркування, попереджень про шкоду для здоров'я та вмісту алкоголю, що вплинуло на маркетинг і продаж вина, вимагаючи від виробників орієнтуватися в різних нормативних середовищах. Ще до цього зміна клімату спричинила екстремальні погодні явища, такі як хвилі спеки та лісові пожежі, які порушили виноградники, зменшивши врожайність винограду та погіршивши якість, створюючи зростаючу загрозу для галузі. Усе це впливає на глобальні показники загального світового виробництва вина та споживання. Екстремальні кліматичні умови та широко поширені грибкові захворювання серйозно вразили багато виноградників у всьому світі, що призвело до історично низького глобального виробництва

вина у 237 мільйонів гектолітрів. Це на 10% менше, ніж у 2022 році, і стало найнижчим показником з 1961 року. Світове споживання вина у 2023 році оцінюється в 221 мільйон гектолітрів, що відображає зниження на 2,6% порівняно з і без того низькими цифрами 2022 року [19]. Зростання витрат на виробництво та розподіл, викликане інфляційним тиском, призвело до зростання цін на вино.

### **Висновки до розділу 1**

Міжнародна торгівля — це купівля-продаж товарів і послуг компаніями в різних країнах. Споживчі товари, сировина, продукти харчування та обладнання купуються та продаються на міжнародному ринку. Міжнародна торгівля дозволяє країнам розширювати свої ринки та отримувати доступ до товарів і послуг, які інакше могли б бути недоступними всередині країни.

Зростання міжнародної торгівлі вином є лише одним із аспектів складної еволюції світового винного сектору: відбулися глибокі зміни в географії виробництва та споживання, а також у напрямку експортних потоків. Останнім часом міжнародна торгівля вином підштовхнулася завдяки збільшенню попиту в основному в країнах Азії, які донедавна були лише незначно залучені до імпорту вина, а виробництво зростає в деяких країнах-імпортерах (Китай, Індія, Бразилія) і в країнах із значним потенціалом (Україна).

Загальний міжнародний імпорт та експорт вина зростає: у 2022 році було продано 107 млн декалітрів порівняно з 60 млн у 2000 році. Понад 80% країн демонструють позитивні тенденції в імпорті вина, особливо значне зростання останнім часом спостерігалось в Канаді, Польщі та Норвегії. Проте культові виноробні країни Франція, Італія та Іспанія залишаються трьома найбільшими світовими експортерами. Якщо у 2000 році приблизно 22 відсотки виробленого вина продавалися на міжнародному ринку, то до 2022 року ця частка зросла майже вдвічі до 42 відсотків.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТОВАРАМИ ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

### **2.1. Аналіз розвитку виноробної промисловості України**

Україна має багаті традиції у виноробстві та унікальні сорти винограду, які вирізняються своєю самобутністю. У радянський період Україна була однією з найбільших виноробних республік СРСР, з площею виноградників понад 150 000 га та великим акцентом на промислове виробництво. Зараз в Україні (без Криму) вирощується близько 40 000 га виноградників, причому акцент зміщується від промислового підходу до менш масштабного та якіснішого виноробства. Це супроводжується появою в останні роки багатьох крафтових виноробів. Виноробство не є стратегічним сегментом української економіки, але це важлива складова національної культури та іміджу країни. Виноградарство та виноробство завжди були важливою економічною діяльністю в Україні.

За пореформений період розвитку сільського господарства українське виноградарство зазнало значних змін. Однак через відсутність послідовної державної політики виноробна галузь не може ефективно функціонувати. Одним із головних викликів у виноробному секторі України є недостатня державна підтримка. Довгий час виноробство не вважалося пріоритетом державної політики. В Україні винороби працювали за стандартами адміністрування акцизів радянських часів. Примітно, що в деяких країнах Євросоюзу ліцензування виробництва натурального вина взагалі відсутнє, а в більшості інших випадків процес ліцензування значно спрощений. На відміну від України, такі країни, як Молдова, Грузія та країни-члени ЄС, вважають виробництво вина важливою частиною престижу сільської місцевості та розвитку підприємництва, що включає зростання невеликих виноробень, скорочення неформальної економіки та створення нових робочих місць у сільській місцевості.

Останнім часом виноробство в Україні втрачає темпи зростання. Через політичну та фінансову складові, які сильно вплинули як на виробництво, так і на торгівлю на ринку. Але це не перший випадок, коли українська виноробна промисловість стикається з труднощами. Вперше це сталося з часів розпаду СРСР, коли в українській виноробній промисловості відбулося погіршення взаємовідносин трьох основних сфер: виробництва винного винограду, заводів первинної переробки (виробництво сусли) і заводів з розливу вина, що, насамперед, призвело до скорочення виробництва. виноградарників і створило можливість для найбільших виробників і компаній домінувати. У середині 90-х був прийнятий закон, який встановлював ліцензію на оптову торгівлю алкоголем (включаючи вино) на суму 250 тис. грн на рік, пізніше в 2007 році ця сума зросла до 500 тис. грн, також ця плата була скасована в жовтні 2018 року для дрібних виноробень. Крім того, була державна підтримка виноградарників до 2015 року [20, С. 120]. Ця програма покривала всі виробничі витрати протягом перших трьох років після посадки. Спочатку планувалося продовжити таку допомогу до 2017 року, але, на жаль, у другій половині 2015 року вона була припинена. У цьому році загальна площа виноградарників становила 44,2 тис. га (без урахування 20 тис., які залишилися в Криму) [21, С. 146] (Рис. 2.1).

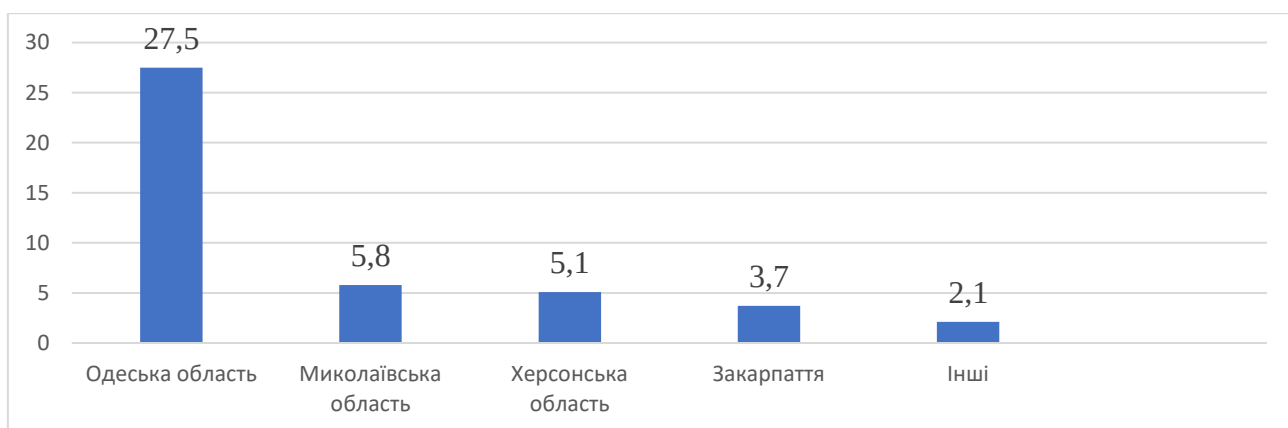


Рис. 2.1. Площа виноградарників по регіонах України, 2018 рік

Джерело: складено за [22]

Таким чином, ареалами поширення виноробства в Україні є південні та західні регіони, зокрема:

- Закарпатська область – традиційний виноробний регіон із унікальними сортами винограду та багатовіковими традиціями.
- Одеська область – найбільший виноробний регіон, що має сприятливий клімат для вирощування винограду.
- Миколаївська та Херсонська області – регіони з великими площами виноградників, орієнтованими на виробництво високоякісних вин.
- Запорізька область – перспективний регіон із зростаючим виноградарським потенціалом.
- АР Крим (до окупації) – історично важливий центр виноробства, відомий своїми унікальними умовами для вирощування винограду.

Ці регіони далі розподіляються на менші підрегіони, кожен з яких має свої унікальні характеристики, що робить їх ідеальними для вирощування певних сортів винограду. Останніми роками українські винороби докладають багато зусиль для просування фірмових місцевих сортів винограду, таких як Тельті-Курук (білий) та Одеський чорний (червоний). Наприклад, Тельті-Курук – перше в Україні вино з контрольованим найменуванням походження, яке є аналогом французької системи найменувань. Станом на кінець 2018 року в Україні налічувалось близько 1,5 тис. господарств, які вирощують виноград, з яких трохи більше 100 легально виробляють вино або виноматеріал. В Україні налічується близько 20 різних виноробних компаній, це створює сильну конкуренцію. У 2022 році загальна площа виноградних насаджень у всіх категоріях господарств становила 26 тис. га, а винограду зібрано 244 тис. тонн. Якщо порівнювати з довоєнним 2021 роком, площі виноградників під час війни зменшилися на третину. Тоді площі становили 34,7 тис. га виноградників [22].

Економічний розвиток виноробної галузі підтримується новою генерацією виноробів, які інтегрують традиційні знання з сучасними технологіями. Протягом останніх 3-4 років в Україні з'явилося понад 30

нових крафтових виноробів. Вони активно залучають інвестиції та сприяють експортному потенціалу українських вин. Наразі ведуться переговори з USAID (Агентство США з міжнародного розвитку) щодо грантів на техніку, маркетинг та експорт українського вина за кордон. Продовження інноваційного підходу та розширення ринків збуту є ключовими факторами для забезпечення стійкого розвитку галузі та підвищення її конкурентоспроможності на глобальному ринку [23, С. 27].

В Україні виноробна промисловість відіграє важливу роль у господарському комплексі країни. В її склад входять приблизно 400 суб'єктів підприємницької діяльності, які мають ліцензію на право виробництва винної продукції. Реально працює приблизно половина з цих підприємств. Але ця половина випускає понад 800 найменувань тільки виноградних вин (Рис. 2.2).

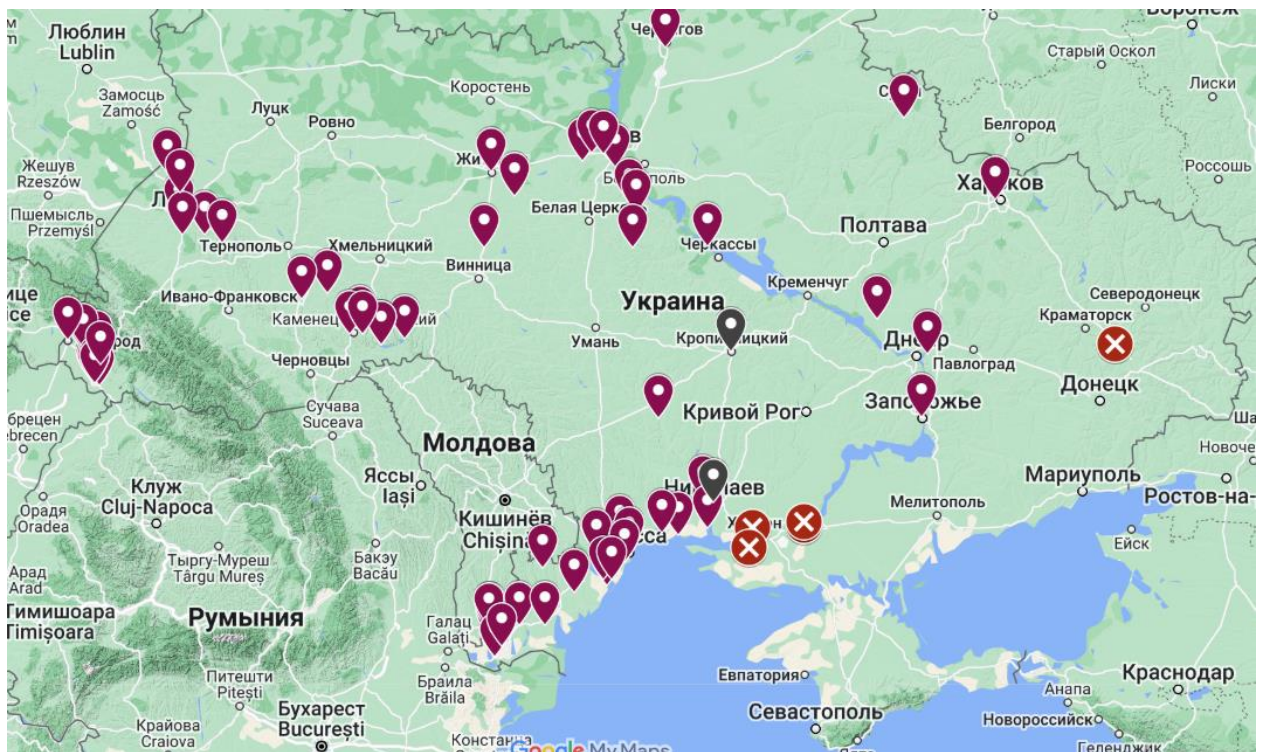


Рис. 2.2. Мапа українських винних виробництв

Джерело: [24]

Кризу у виноградно-виноробній галузі спровокувала воєнна агресія РФ проти України. На галузь негативно вплинуло знищення або пошкодження виноробних підприємств, падіння попиту та реалізації виноробної продукції,

стрімкий ріст імпорту виноробної продукції, подорожчання основних витратних матеріалів, порушення логістичних ланцюгів. Окрім цього, досі неврегульовані терміни розрахунку торгових мереж із постачальниками харчових продуктів та низка неефективних для розвитку галузі управлінських рішень. Через війну постраждали виноробні заводи Київщини та Херсонщини, Чернігівщини, Миколаївщини та Одещини. Знищено Гостомельський склозавод, який забезпечував потреби багатьох місцевих виробників вина у пляшках, а також скоротилось вирощування винограду (Рис. 2.3).



Рис. 2.3. Обсяги виробництва винограду в Україні, тис. т., 2017-2021

Джерело: [25]

У виноробів виникли проблеми через пошкодження та знищення потужностей, ускладнення логістики та пошкодження систем зберігання, оскільки ланцюжок поставок сировини та готової продукції було порушено. Наприклад, у березні 2022 року було знищено головний склад імпортера вин "Good Wine", де зберігалось 1,6 млн пляшок вина, з яких 15 тис. були об'єктами колекціонування. У наслідок обстрілів у 2023 році на виноробні "Falko Winery", що розташована в Миколаївській області, було зафіксовано пошкодження виноградників і виробничого цеху. Оціночна ємність українського ринку вина в грошовому вираженні у 2023 році становила понад 200 млн дол США, проте цей показник все ще менший за ємність ринку до

початку повномасштабного вторгнення. Зниження експорту в грошах у 2023 році порівняно з 2021 роком відбулося за рахунок збільшення частини експорту виноматеріалів, які у 2023 році склали понад 70% від загального обсягу поставок. Останніми роками в Україні зменшилася кількість малих підприємств виноробної продукції. У 2013 році їх було близько 100, у 2018 році - 52, а вже у 2023 році - лише 26. Тим часом загальна ємність ринку вина у 2023 році зростає на 8,5% порівняно з 2022 роком, особливо завдяки розбудові потужностей у Західній Україні, де розташований один із найбільших виробників вина "COTNAR" [26].

Виробництво вина в Україні 2022 року становило 55 млн л, що менше, ніж 2021 року. Внаслідок початку повномасштабного вторгнення і бойових дій на території країни, більша частина південних територій, де також знаходилися і виноградники - виявилася замінована. У 2022 році, виноробня "Олівія" і "Таїрове Вайнері", що розташовані на березі Дніпро-Бузького лиману, опинилися біля лінії фронту, а також постраждали і виноградники компанії "Graevo", що знаходилися поблизу Запорізької АЕС та перебувають в окупації. У виноробів виникли проблеми через пошкодження та знищення потужностей, ускладнення логістики та пошкодження систем зберігання, оскільки ланцюжок поставок сировини та готової продукції було порушено. Наприклад, у березні 2022 року було знищено головний склад імпортера вин "Good Wine", де зберігалось 1,6 млн пляшок вина, з яких 15 тис. були об'єктами колекціонування. У наслідок обстрілів у 2023 році на виноробні "Falko Winery", що розташована в Миколаївській області, було зафіксовано пошкодження виноградників і виробничого цеху. Оціночна ємність українського ринку вина в грошовому вираженні у 2023 році становила понад 200 млн дол США, проте цей показник все ще менший за ємність ринку до початку повномасштабного вторгнення. Зниження експорту в грошах у 2023 році порівняно з 2021 роком відбулося за рахунок збільшення частини експорту виноматеріалів, які у 2023 році склали понад 70% від загального обсягу поставок (Таблиця 2.1).



Таблиця 2.1

Ємність ринку вина в Україні, в грошовому вираженні, млн дол США

| Показник         | 2021  | 2022   | 2023   |
|------------------|-------|--------|--------|
| Ємність ринку    | 332,2 | 174,0  | 232,0  |
| Темп приросту, % |       | -47,5% | +33,3% |

Джерело: [26]

Сьогоднішній стан ринку вина в Україні можна визначити як тяжкий. Вплив політичної та економічної ситуації ставить під загрозу бізнес, який розвивався роками. На українському ринку виноробства виробництво скорочується катастрофічно швидко. До основних причин спаду виробництва та споживання вина в Україні можна віднести:

- 1) зниження купівельної спроможності українського населення, особливо в низькому та середньому ціновому сегменті. Мова йде про сегмент ринку вина вартістю близько 50 грн. На думку експертів, покупець, який купував вино три рази на місяць, тепер робить це один раз на 30 днів;
- 2) воєнні дії на території України, через які основні регіони виноробства, а саме Миколаївська та Херсонська області, знаходяться під окупацією.
- 3) заборона на споживання алкоголю та часові обмеження, які продовжують тривати на сьогоднішній день.

Для підтримки цього розвитку та стимулювання галузі, у 2023 році у Верховній Раді України було ухвалено законопроект № 9030, який спрощує господарську діяльність малих підприємств виноробної продукції. Основна мета закону - зменшення бюрократичних перешкод для малих виробників шляхом скасування необхідності отримувати ліцензії на виробництво алкогольних напоїв, а також забезпечення їм доступу до української сировини для виробництва вина [26].

## 2.2. Аналіз показників розвитку зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості України

У світлі аналізу міжнародних і вітчизняних тенденцій галузі виноробства доцільно розглянути експортно-імпортні операції України щодо торгівлі винами виноградними, починаючи з того періоду, який характеризував зовнішню торгівлю винами до початку військової агресії росії (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Зовнішня торгівля України винами виноградними, включно з винами кріпленими, у 2017–2019 рр.

| Рік  | Експорт              |                 | Імпорт               |                 |
|------|----------------------|-----------------|----------------------|-----------------|
|      | Кількість,<br>тис. т | Млн дол.<br>США | Кількість,<br>тис. т | Млн дол.<br>США |
| 2018 | 46,7                 | 35,9            | 48,6                 | 104,2           |
| 2019 | 51,4                 | 40              | 48,2                 | 125,4           |
| 2020 | 8,8                  | 11,9            | 55,7                 | 146,7           |

Джерело: складено за [27]

Згідно з даними таблиці можна побачити, що частка експорту цілком відображає динаміку виробництва виноматеріалів в Україні за 2018–2020 рр. З 2019 р. по 2020 р. експорт вин виноградних скоротився на 82,8%, у той час як у 2020 р. було імпортовано найбільшу кількість вина порівняно з 2018 і 2019 рр. Найбільші імпортери вина залишаються незмінними. Лідером імпорту є італійське вино, і питома вага продукції з цієї країни лише зростала. За останні чотири роки перед війною імпорт вина із Італії зріс майже в половину. Другим контрагентом у імпорті вина була Грузія, частка якої залишалася майже незмінною. І третє місце в імпорті вина займала Франція, імпорт з якої збільшився (рис. 2.4).

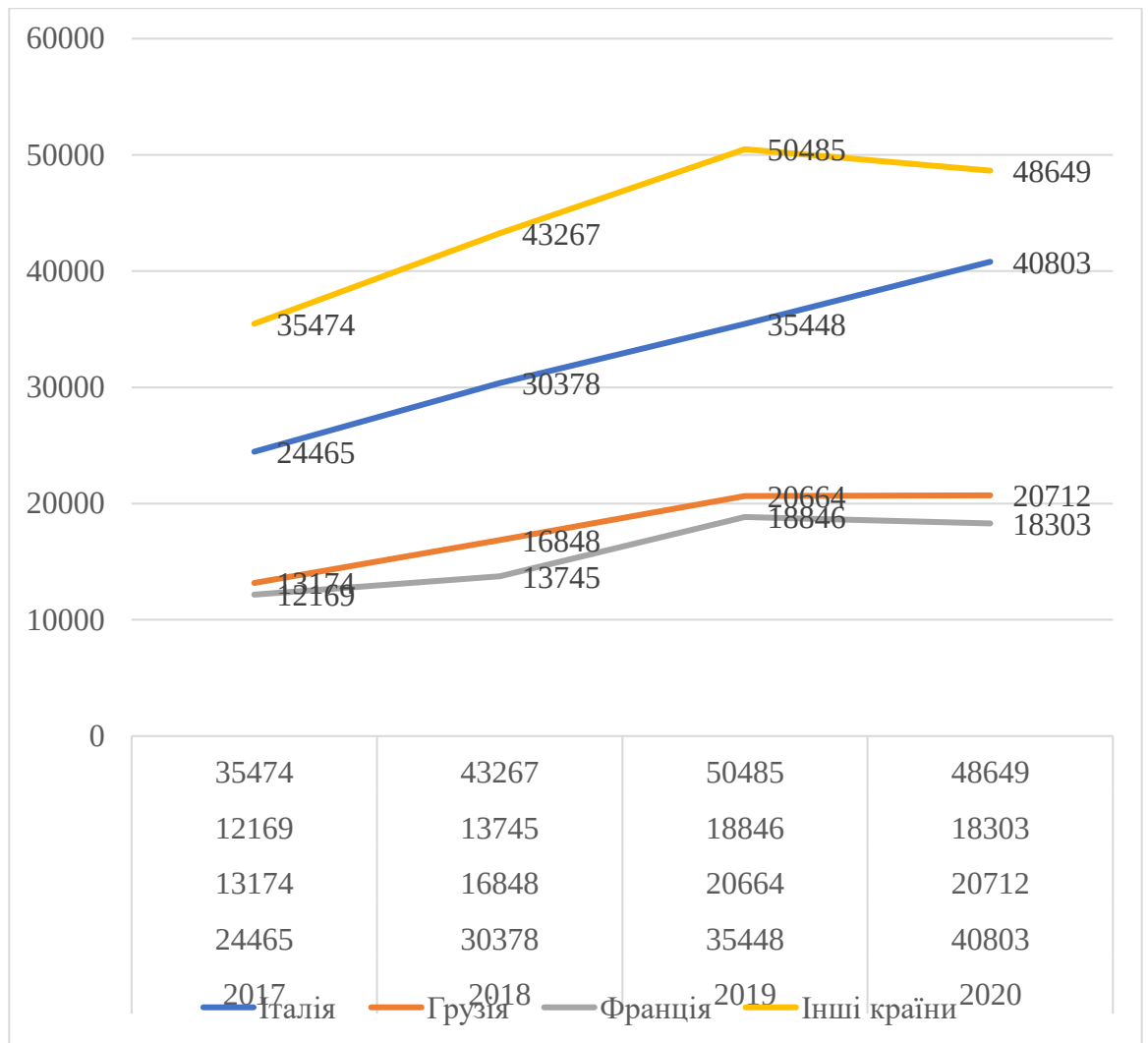


Рис. 2.4. Імпорт вин винограджних в Україну із зазначенням основних країн-контрагентів (тис. дол. США)

Джерело: побудовано за даними [27].

Експортна складова вина в Україні у 2019 р. в основному була направлена на Казахстан (1203 тис. дол. США), Німеччину (879 тис. дол. США), інші країни ЄС та світу [27]. Найбільш вживаною продукцією у винарському секторі є продукція ТМ «Коблево», якій віддають перевагу 41,4% українців. На другому місці знаходиться ТМ «Inkerman» із часткою 34,4%, на третьому – «Шабо», з часткою ринку 32,9% [28].

Водночас ціна за тонну експортного вина у дол. США зросла на 21,4 %, а імпортованого – на 38,5%. Співвідношення між цінами експорту й імпорту у 2011 р. становило 1116/1679, або 0,665/1, тобто ціна 1 т імпортованого вина

була 1,5 раза вищою за ціну 1 т експортованого вина. У 2019 р. таке співвідношення становило 1355/2633, або 0,515/1, отже ціна 1 т імпортного вина перевищувала ціну експортного в 1,9 раза. Співвідношення експорту й імпорту на ринку вина в системі координат представлено на діаграмі (рис. 2.5).

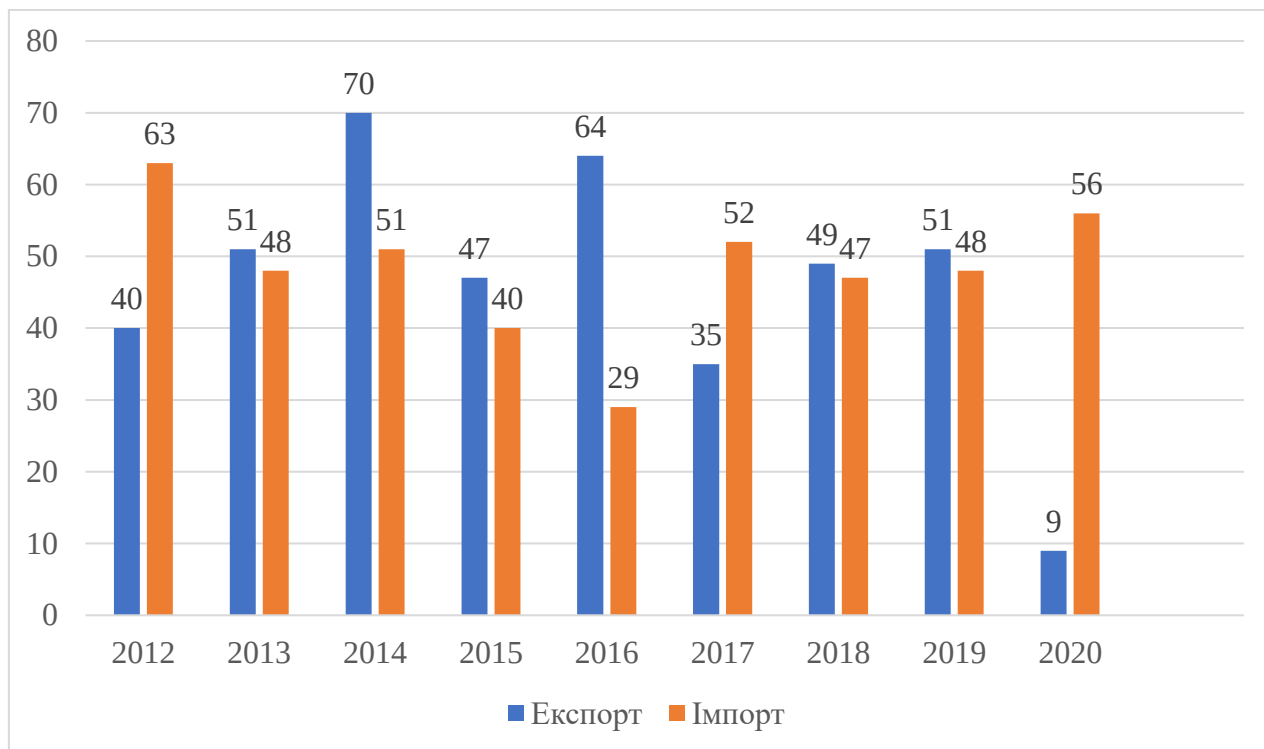


Рис. 2.5. Динаміка експорту й імпорту виноградного вина в Україні, тис. т  
Джерело: складено за [29]

Отже, якщо у 2012 р. від’ємне сальдо у зовнішньоекономічній діяльності на ринку вина становило 60,8 млн дол. США, то у 2020 р. – 134,8 млн дол. США, тобто зросло на 74 млн дол. США. Ці втрати є свідченням неефективного використання потенціалу галузі виноробства в Україні. В експорті винної продукції у 2012 р. найбільшу частку – 77,8%, становили Російська Федерація, Грузія (7,7%) і Німеччина (5,8%), у 2020 р. – Іспанія (22,5%), Казахстан (14,1%) та Білорусь (8,3%).

Проте в динаміці структура географії експорту вина зазнала змін (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Географія експорту вина виноградного з України, 2012 та 2020 рр.

| 2012           |                     |                 | 2020           |                     |                 |
|----------------|---------------------|-----------------|----------------|---------------------|-----------------|
| Країна         | Обсяг, тис.<br>тонн | До усього,<br>% | Країна         | Обсяг, тис.<br>тонн | До усього,<br>% |
| Усього         | 40,43               | 100,0           | Усього         | 8,81                | 100,0           |
| росія          | 31,44               | 77,8            | Іспанія        | 1,98                | 22,5            |
| Грузія         | 3,13                | 7,7             | Казахстан      | 1,24                | 14,1            |
| Німеччина      | 2,35                | 5,8             | Білорусь       | 0,73                | 8,3             |
| Білорусь       | 1,36                | 3,4             | Німеччина      | 0,71                | 8,1             |
| Монголія       | 0,36                | 0,9             | Китай          | 0,60                | 6,8             |
| Китай          | 0,30                | 0,7             | Африка         | 0,52                | 5,9             |
| Ізраїль        | 0,27                | 0,7             | Молдова        | 0,51                | 5,8             |
| Америка        | 0,21                | 0,5             | В'єтнам        | 0,34                | 3,9             |
| Молдова        | 0,20                | 0,5             | Нігерія        | 0,30                | 3,4             |
| США            | 0,19                | 0,5             | Румунія        | 0,29                | 3,3             |
| Інші<br>країни | 0,64                | 1,6             | Інші<br>країни | 1,58                | 18,0            |

Джерело: складено за [29]

З 2019 р. припинилося постачання українського вина в російську федерацію, Грузію, Монголію, Ізраїль та на Американський континент. Водночас Україна відкрила для себе ринки винної продукції Іспанії, Казахстану, В'єтнаму, Румунії та Африканського континенту. За період 2012–2020 рр. зросли обсяги постачання вина у Китай і Молдову. Найбільші обсяги вина в Україну у 2012 р. надходили з Молдови, що становили 47,6% обсягу імпорту всієї винопродукції, Грузії (20%) та Італії (7,8%), а в 2020 р. з Італії (27,4%), Грузії (25%) та Іспанії (12,2%). У динаміці досліджуваного періоду

структура географії імпорту вина трансформувалася, що зумовлено зміною смаків і уподобань українських споживачів (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Географія імпорту вина виноградного в Україну

| 2012        |                     |                 | 2020           |                     |                 |
|-------------|---------------------|-----------------|----------------|---------------------|-----------------|
| Країна      | Обсяг,<br>тис. тонн | До усього,<br>% | Країна         | Обсяг,<br>тис. тонн | До усього,<br>% |
| Усього      | 63,08               | 100,0           | Усього         | 55,71               | 100,0           |
| Молдова     | 30,02               | 47,6            | Італія         | 15,28               | 27,4            |
| Грузія      | 12,59               | 20,0            | Грузія         | 13,95               | 25,0            |
| Італія      | 4,90                | 7,8             | Іспанія        | 6,77                | 12,2            |
| Македонія   | 4,19                | 6,6             | Молдова        | 5,08                | 9,1             |
| Чилі        | 3,47                | 5,5             | Франція        | 4,89                | 8,8             |
| Франція     | 3,37                | 5,3             | Німеччина      | 1,80                | 3,2             |
| Іспанія     | 1,59                | 2,5             | Чилі           | 1,77                | 3,2             |
| Аргентина   | 0,63                | 1,0             | Польща         | 1,34                | 2,4             |
| Німеччина   | 0,53                | 0,8             | Португалія     | 0,84                | 1,5             |
| Азербайджан | 0,29                | 0,5             | Аргентина      | 0,57                | 1,0             |
| Інші країни | 1,52                | 2,4             | Інші<br>країни | 3,41                | 16,1            |

Джерело: складено за [29]

Як показує аналіз наведених даних, у 2020 р. припинили постачання вина в Україну Македонія та Азербайджан. Проте на український ринок вина почала надходити продукція з Польщі та Португалії. Порівняно з 2012 р. у 4,3 раза збільшила обсяги постачання вина Іспанія, у 3,4 – Німеччина, у 3,1 – Італія, в 1,5 – Франція, однак у 8,4 раза зменшила обсяги поставок вина Молдова й майже удвічі – Чилі.

Після початку війни 2022 року ринок вина в Україні зазнав значних змін. Імпорт із країн, як-от Грузія, Аргентина, Вірменія, США, Чилі, Австралія, Нова Зеландія та Південна Африка, знизився через обмеження логістичних ланцюжків і платоспроможності українських споживачів. У 2023 році ринок вина в Україні почав поживавлюватися завдяки збільшенню виробництва та експортно-імпортних операцій, зокрема з країн Європи. Порівняно з 2022 роком, у 2023 році темп приросту часток імпорту з Італії та Іспанії збільшився на понад 30%, у той час як Франції - на понад 50%, а Німеччини - на понад 70%. Зміни в логістичних процесах прискорилися, з'явилися нові склади на більш захищених територіях, що дало змогу розширити можливості доставки замовлень. Обсяги поставок і реалізації збільшилися, зокрема через збільшення кількості магазинів і впровадження цікавих пропозицій та лояльних цінових програм.

У 2023 році в Україні спостерігалось значне зростання імпорту білих вин, зокрема з Рейнгау, Долини Луари, Лаціо, Трентіно, Альто Адідже, Вельдепенас, Мадейри, Мускатель де Сетубал і Марсали. При цьому споживачі виявили інтерес до вітчизняних вин. Станом на 2023 рік, частка імпорту в натуральних показниках на українському ринку вина становить понад 50%. Ця тенденція до зростання частки імпорту є результатом зменшення виробництва внаслідок війни та скорочення кількості малих виробництв виноробної продукції. Переважання імпорту над експортом відображає недостатню розвиненість галузі та важливість її стимулювання з боку держави.

Щодо структури імпорту, у 2023 році червоні вина становили приблизно 60% від загального обсягу імпортованого вина, що свідчить про високу популярність цього виду серед українських споживачів. Тихі вина становили найбільшу частку в структурі імпорту - 62,9%, що також свідчить про їхню популярність. Ігристі вина становили 26,4%, тоді як вермут і портвейн становили менші частки - 5,9% і 4,7% відповідно.

Що стосується експорту, також переважають червоні вина, що пов'язано з традиціями вирощування винограду в Україні. Одеська область спеціалізується на червоних винах, тоді як Закарпаття - на білому винограді. У 2023 році понад 50% виноробства України концентрувалося в Одеській області (Рис. 2.4).

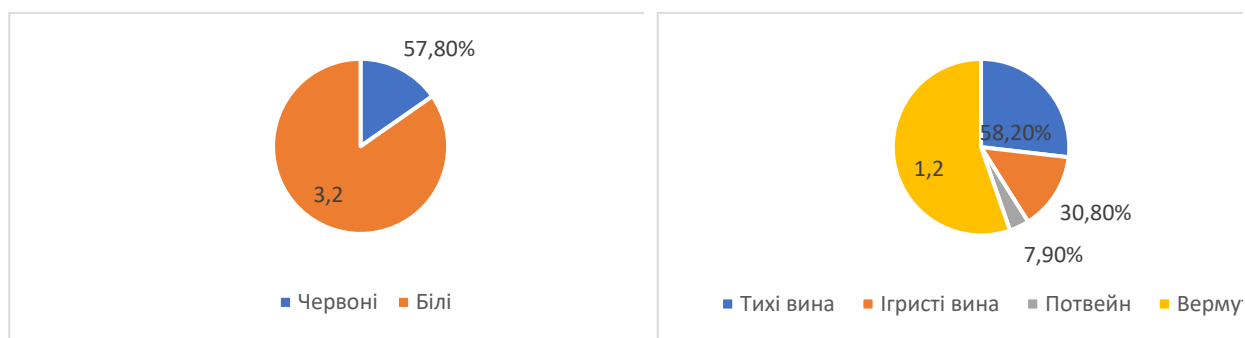


Рис.2.4. Структура експорту вина, в натуральних показниках у 2023 році, %  
Джерело: складено за [27]

Проведене дослідження [28, С.102] дало можливість визначити, що у 2022 році в Україні спостерігалось значне скорочення товарообороту всіх видів алкогольних напоїв, у тому числі і вина. У січні-червні 2022 року українці придбали вина менше на 58%, ніж за аналогічний період 2021 року, а вартість імпортованих алкогольних і безалкогольних напоїв в Україну складала 490 млн дол. США, що на 32 % менше показника 2021 року. Найбільшою мірою у січні-квітні 2022 року, у порівнянні з 2021 роком, на ринку вина в Україні скоротився імпорт ігристих вин – на 31%. Втім, вже у той самий період 2023 року цей показник зріс на 61% у обсягах, а у вартісному вимірі майже вдвічі. Загалом обсяг імпорту ігристого з основних країн постачальників у 2022 році, в порівнянні з 2021 роком, знизився в таких частках:

- Італія на 43,5%,
- Іспанія на 33,6%,
- Франція на 18,1%,
- Грузія на 68%,



- Молдова на 46%.

У основних імпортерів зниження поставок ігристого склало:

- «Бюро Вин» 34,5%,
- «Вайн-Холл» 5,5%,
- «АТБ-Маркет» 20,4% тощо.

Щодо експорту з України виноградного вина за кодом 2204 «Вина виноградні, у тому числі кріплені; виноградного сусла», спостерігається тенденція коливань з 2010 по 2018 роки, коли експортувалося в середньому 48 мільйонів літрів. Ця тенденція була порушена в 2019 році, що призвело до обвалу експортних обсягів. Протягом наступних п'яти років було експортовано лише 48 мільйонів літрів, що становить у середньому 9,6 мільйонів літрів на рік. У 2022 році початок повномасштабного вторгнення призвів до подальшого скорочення обсягів експорту вдвічі; однак у 2023 році українські виробники почали відновлювати довоєнний рівень експорту (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

#### Динаміка експорту та імпорту виноградних вин, 2021-2023

|      | Експорт                 |                             |                 | Імпорт                  |                             |                 |
|------|-------------------------|-----------------------------|-----------------|-------------------------|-----------------------------|-----------------|
|      | Обсяг,<br>млн<br>літрів | Вартість,<br>тис дол<br>США | Ціна за<br>літр | Обсяг,<br>млн<br>літрів | Вартість,<br>тис дол<br>США | Ціна за<br>літр |
| 2021 | 10.4                    | 16.4                        | 1.58            | 64.0                    | 215.4                       | 3.37            |
| 2022 | 5.7                     | 8.7                         | 1.52            | 36.9                    | 117.8                       | 3.19            |
| 2023 | 10.7                    | 8.8                         | 0.83            | 51.4                    | 180.1                       | 3.50            |

Джерело: складено за [27]

Спостерігається негативна тенденція, оскільки обсяги експорту продовжують скорочуватися, тоді як імпорт досяг рекордних значень за останні роки: 53,2 мільйона літрів на суму 179,2 тис. доларів США у 2020

році, 64,0 млн літрів на суму 215,4 тис. дол. у 2021 році та 51,4 мільйона літрів на суму 180,1 тис. доларів США у 2023 році. Крім того, вино експортується за середньою ціною 1 долар США за літр, що становить половину вартості імпорту. Для імпорту ціна за літр становить 3,50 доларів США у 2023 році. Найменші обсяги експорту припали на 2022 рік (5,7 млн л на суму 8,7 тис. дол. США). У 2023 році спостерігалось значне зростання як обсягів, так і вартості експорту, досягнувши 10,7 мільйонів літрів і 8,8 тисяч доларів США. Протягом усього періоду обсяги імпорту стабільно перевищували обсяги експорту, що свідчить про залежність України від імпортних вин. Імпортне вино значно дорожче за експортне. Високий обсяг імпорту порівняно з експортом підкреслює необхідність підвищення конкурентоспроможності вин, вироблених в Україні, як на внутрішньому ринку, щоб зменшити залежність від імпорту, так і на міжнародних ринках.

Цінова політика також відіграє вирішальну роль; оскільки вартість імпортного вина значно вища, ніж експортного, є можливості для підвищення доданої вартості української виноробної продукції. Ці дані підкреслюють важливість розробки стратегій підтримки та розвитку виноробної промисловості, зокрема за рахунок покращення якості продукції та розширення експортних ринків. У 2023 році основними країнами-імпортерами українського вина були Румунія, на яку припадає 62% від загального обсягу експорту, за нею йдуть Молдова (14,6%), Казахстан (3,5%), Польща (2,6%), Туреччина (2,2%). ), Латвії (1,6%), США (1,4%) та Ізраїлю (1,1%). Частка експорту в інші країни становила менше 1%, і ці країни не увійшли до вибірки. Для лідерів виноробної галузі, таких як Франція, Італія та Іспанія, Україна є відносно молодим виробником вина. Проте історично виноградарство в Україні має коріння, що охоплюють кілька тисячоліть [36].

Через негативні наслідки повномасштабного вторгнення РФ в Україну великі компанії – імпортери, дистрибутори, підприємства роздрібної торгівлі, бізнес яких пов'язаний з вином та міцним алкоголем, мали значні складнощі із логістикою. Це, у свою чергу, поставило перед ними завдання щодо

трансформації та оптимізації відповідних бізнес-процесів, зокрема логістичного. До того ж, від початку війни приблизно на 5 місяців уряд запровадив перелік критичного імпорту, за яким дозволялися лімітовані транскордонні валютні платежі. Вина в цьому переліку не було. Наразі логістика вина налагоджується, але виникає проблема з ризиками оплати товару. Багато компаній перейшли на відстрочення платежів не на 120, а на 30 днів, що призводить до пошуку додаткових ресурсів оплати, а також змінює принципи постачання. Імпортери переважно возять вина, які швидше продаються.

Ще один біль імпортерів – окупанти нещадно руйнують українську інфраструктуру завдаючи шкоди на мільйони євро. Так, у травні 2022 року постраждав склад імпортера та дистриб'ютора вина «Бюро Вин», якому належить найбільший у Європі винний магазин «GoodWine». Втрати становили близько 15 млн євро. У серпні 2023 року через ворожу ракету було повністю знищено гіпермаркет «FOZZY Cash&Carry» в Одесі – в магазині згоріло все, сума завданих збитків, попередньо, сягає сотень мільйонів гривень. Щодо прогнозів, то фахівці ринку сподіваються, що споживчі показники зможуть повернутися до рівня 2021 року приблизно через два роки після закінчення війни [29].

### **2.3. Аналіз чинників розвитку зовнішньої торгівлі товарами виноробної промисловості України**

Слід розглянути основні тенденції та фактори, які здійснюють вплив на розвиток української зовнішньої торгівлі вином. Слід почати з того, що з розвитком ринкової економіки в Україні з'явилися нові винороби, які прагнуть трансформувати українське виноробство, але, хоча кліматичні умови були сприятливими для такого виробництва, необхідні були спрощення законодавства, щоб полегшити бізнес-операції. Відсутність дієвих механізмів фінансування та державних програм підтримки виноробної галузі суттєво

стримувала її розвиток, а податкові правила та високі бар'єри для входу на ринок ще більше заважали прогресу у виробництві вина. Українське вино залишалося в основному невідомим за кордоном, а репутація України як виноробної країни була недостатньо розвиненою

З 2014 року в українському виноградарстві спостерігається чітка тенденція до зниження, цей спад, як вже було відмічено, пов'язаний насамперед з анексією Кримського виноробного регіону. Окрім геополітичних зсувів, розвитку виноробства гальмували бюрократичні процедури. До 2018 року для отримання ліцензії на виробництво вина потрібно було зібрати 160 дозволів. Однак цю процедуру було спрощено у 2018 році [31]. Незважаючи на втрату такого значного виноробного регіону, український виноробний сектор динамічно розвивався, з'явившись численні малі виробники, які потенційно могли б стати основою для більших підприємств, українське вино почало отримувати міжнародне визнання. На кожному гектарі виноградників працювало в середньому 33 постійних працівники, при цьому середня кількість працівників на підприємство становила 255, що демонструє високий рівень зайнятості в цьому секторі економіки порівняно з іншими [32].

Однак у лютому 2022 року динамічний розвиток виноробної галузі України було перервано. З початком повномасштабної війни виноробна галузь України зазнала значних втрат. Багато виноградників і виробничих потужностей потрапили під окупацію або опинилися під загрозою обстрілу, а деякі були забруднені небезпечними матеріалами [33]. Російські обстріли, розграбування виноробень, мінування виноградників і знищення винних складів завдали непоправної шкоди сектору [34].

Російська агресія також ускладнила постачання комплектуючих, які зараз імпортуються з-за кордону. Закриття розливного заводу в Гостомелі змусило виробників купувати пляшки з Молдови та інших країн. Проблеми з логістикою також ускладнили замовлення пробок з Португалії, що призвело до необхідності використання посередників. Через бойові дії площа плодоносних виноградників в Україні скоротилася на третину, що створює серйозні

проблеми для виноробів. Загалом цей сектор України може втратити майже половину своїх виноградників через вторгнення Росії, оскільки більшість виноградників розташовані в південно-східних регіонах високого ризику. За період з 1990 по 2023 роки площа плодоносних виноградників скоротилася на 82,4%. Порівняно з 2010 роком падіння становить 62,7%, з 2015 – 39,7%, з 2021 – 27,4%. Загалом, протягом періоду з 1990 по 2022 роки спостерігалася позитивна тенденція до збільшення врожайності винограду, що може свідчити про адаптацію виробників та впровадження нових технологій. Збільшення врожайності потребує інвестицій у нові технології, державної підтримки та модернізації виробничих процесів [35].

З 1990 по 2023 роки в Україні спостерігається значне падіння виробництва винограду. Загальний обсяг виробництва винограду (по всіх категоріях господарств) у 1990 р. становив 836 тис. т; до 2010 року це різко скоротилося до 408 тис. тонн (скорочення вдвічі). Після цього обсяги виробництва коливалися, досягнувши піку в 2011 (522 тис. тонн), 2013 (575 тис. тонн) і 2018 (468 тис. тонн). Певна тенденція до зростання цього показника була порушена з 2010 по 2013 рр. У 2014 р. порівняно з попереднім роком виробництво винограду скоротилося на 34% від загального обсягу. Це було спричинено окупацією території Автономної Республіки Крим, де розташовувалася значна кількість сільськогосподарських підприємств, що спеціалізувалися на вирощуванні винограду. Також вплинуло на структуру ринкової пропозиції винограду, яка в останні роки дедалі більше формується підсобними господарствами. З 2018 року виробництво знову поступово знижується, досягнувши до 2023 року 232 тис. тонн. Важливо відзначити, що виноградарство та виноробство є життєво важливими галузями, які сприяють створенню робочих місць, особливо в сільській місцевості. Наприклад, у сільській місцевості Одещини виноградарство дає від п'яти до семи тисяч постійних робочих місць, а в сезон збору врожаю ця кількість подвоюється. Що стосується переробки, то тут також спостерігалися подібні тенденції до

зниження: 2018-2019 рр.: спостерігається різке зниження обсягів переробки винограду (на 149,9 тис. тонн) та виробництва виноматеріалів (на 9,8 млн дал); 2019-2020 роки: продовжується падіння переробки винограду (на 48,2 тис. тонн) та виробництва виноматеріалів (на 4,2 млн дал), хоча темпи падіння сповільнюються; 2020-2021: відзначається незначне зростання обсягів переробки винограду (на 6,5 тис. тонн) та стабілізація виробництва виноматеріалів (приріст на 0,1 млн дал); 2021-2023 роки: зберігається тенденція до зниження обсягів переробки винограду (з 82,5 тис. тонн у 2021 році до 50,3 тис. тонн у 2023 році). Також зменшується виробництво виноматеріалів (з 5,8 млн дал у 2021 році до 3,9 млн дал у 2023 році). Скорочення обсягів переробки винограду та виробництва виноматеріалів може бути пов'язане з декількома факторами: насамперед, зниженням площі виноградників внаслідок економічних і політичних факторів; економічні труднощі, що призводять до зниження попиту на виноматеріали; і геополітичні чинники, в тому числі анексія Криму, військові дії на сході України та повномасштабне вторгнення [34].

Виробничі підприємства повного циклу, які охоплюють усі етапи від вирощування сировини до виробництва та реалізації вина, забезпечують самостійне функціонування своїх виробничих потужностей. Навпаки, фермерські підприємства стикаються з проблемами збуту технічних сортів винограду, які вони вирощують. В Україні вирощують переважно технічні сорти винограду, не вистачає столових сортів винограду, зокрема родзинок. До провідних сортів належать Аліготе, Каберне Совіньйон, Мускат (білий, рожевий, Оттонель тощо), Ркацителі та Шардоне. Порівняльний аналіз 2018 та 2023 років показав, що сортова структура переробки винограду в Україні змінилася, зокрема завдяки збільшенню обсягів переробки популярних сортів винограду, таких як Аліготе (на 5% з 11% у 2018 році до 16% у 2023 році, що вказує на зростання його популярності та переробки), і Мускат (зростання на 3% від 7% у 2018 році до 10% у 2023 році). Каберне Совіньйон, Мерло, Совіньйон, Рислінг, Піно та Шардоне залишалися відносно стабільними з

незначними коливаннями. У 2023 році сорти Bastardo Magarach і Feteasca більше не згадувалися, що може свідчити про скорочення їх переробки або виключення з промислового використання [35].

Одеська область є лідером з виробництва вина в Україні з обсягом виробництва 2320 т ис. дал вина та переробкою 67037 т ис. тонн винограду в 2021 році. В області функціонує 49 виноробних заводів і 200 підприємств, які займаються вирощуванням винограду. Одеські вина, завдяки унікальному клімату, можуть нагадувати французькі, італійські та іспанські вина. Наразі ведуться переговори щодо експорту одеського шампанського до США та країн Європи

Ціни на всі основні сорти винограду за аналізований період суттєво зросли, що може бути пов'язано з інфляцією, зростанням собівартості продукції, підвищенням попиту на виноматеріали та іншими економічними факторами.

Сучасні українські вина вже отримують визнання та нагороди на міжнародних конкурсах, що свідчить про їхню якість та конкурентоспроможність. Найбільший виклик, який зараз стоїть перед українським сільським господарством, – логістика. Блокада морських шляхів унеможливила глобальний експорт, змушуючи покладатися на автомобільний транспорт, який стикається з труднощами на кордонах і затримками. Існує ризик, що український ринок продовжують наповнюватися імпортною продукцією. Однак, враховуючи низьку купівельну спроможність населення та військові дії всередині країни, можливі й інші події, в тому числі ймовірне зниження споживання вина, оскільки цей напій не є предметом першої необхідності (рис.2.5).

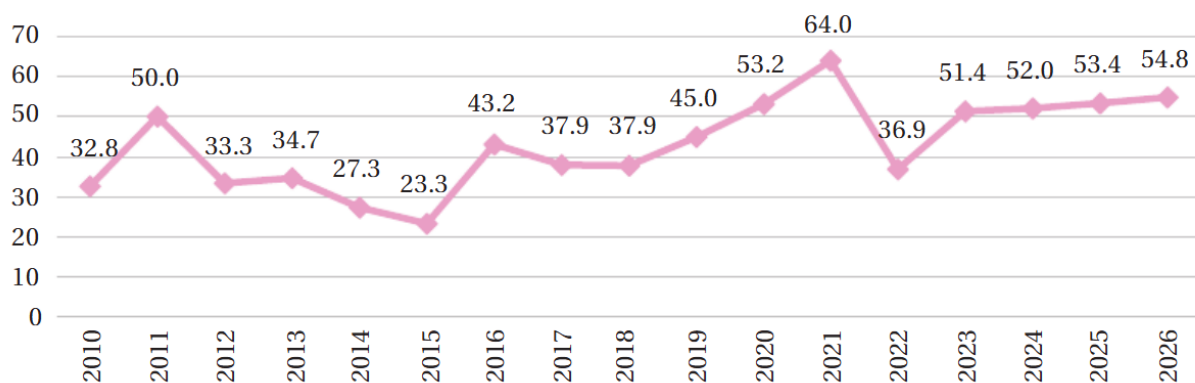


Рис. 2.5. Прогноз імпорту вина з використанням експоненціального згладжування

Джерело: [27]

На підтвердження того, що Україна виробляє вина, які можуть конкурувати з винами Франції, Італії та Іспанія, а іноді навіть перевершує їх, проходять експертні дегустації. «Укрвинпром» у співпраці з Держпродспоживслужбою, а також представниками Антимонопольного комітету України (АМКУ), Державної податкової служби (ДПС), Мінагрополітики, Мінекономіки та Асоціація сомельє України неодноразово організовувала засідання дегустаційної комісії. На цих заходах тестують зразки як українських, так і імпортних вин, закуплених у торгових мережах України. Ці дегустаційні заходи є безпрецедентними для українського винного ринку та мають важливе значення для контролю якості та підвищення конкурентоспроможності української виноробної продукції. Як показали результати нарад, 30% імпортної виноробної продукції та 90% імпортних винних напоїв мали різні порушення, на відміну від українських зразків. Це підкреслює важливість таких ініціатив для забезпечення високих стандартів якості на українському винному ринку та підтверджує конкурентоспроможність українських вин на світовій арені. Наразі Україні необхідно шукати нові ринки збуту своєї продукції у всьому світі, враховуючи, що європейський винний ринок є висококонкурентним, а значні обсяги поставок ускладнюють вихід на нього українських виробників. Нинішній стан



виноградарства в Україні не сприяє розвитку місцевого виноробства. Виноградарська галузь в Україні наразі стикається з кількома суттєвими проблемами [37]. Недостатня кількість обладнаних виноробних заводів і складських приміщень обмежує масштаби виробництва та якість продукції, а відсутність належної системи логістики ускладнює ефективну доставку вина до споживачів. Низька обізнаність споживачів та відсутність винної культури обмежують попит на українське вино. Крім того, значний дефіцит робочої сили через військову ситуацію створює додаткові труднощі для підприємств. Незважаючи на ці труднощі, виноробство в Україні має потенціал для розвитку завдяки сприятливому клімату та різноманітності сортів винограду. Щоб підтримати виноробство, уряд може запровадити ряд заходів, зокрема запровадити ефективні програми фінансування та заохотити інвестиції в галузь. Запровадження пільгового режиму оподаткування та спрощення процесу реєстрації вина. Для розвитку виноробства необхідно побудувати сучасні виноробні та підвали для зберігання, а також покращити матеріально-технічну інфраструктуру для ефективного постачання вина споживачам. Фінансова підтримка має бути зосереджена на цих ключових аспектах, щоб забезпечити стабільне зростання та конкурентоспроможність українського виробництва вина. Варто зазначити, що вина, вироблені на Закарпатті, отримали офіційне географічне зазначення (ГЗ), що підвищує їх конкурентоспроможність у міжнародному ринку та сприяє економічному потенціалу відповідного регіону.

Проте динамічні економічні зміни, війна, конкуренція з боку імпортних вин, відсутність гармонізації законодавства з директивами ЄС, низький рівень культури споживання вина створюють перешкоди для розвитку галузі, які необхідно подолати.

Проблеми також вплинули на систему дистрибуції вина в Україні, куди також додалися особливі внутрішні фактори країни. Втручання Росії в Україну та війна не тільки порушили та перешкодили виноробним можливостям України, але й суттєво вплинули на ланцюжок поставок вина по

всій Східній Європі. Деякі виробничі потужності припинили роботу, щоб підтримати біженців, тоді як інші зіткнулися з інфляцією та низкою проблем, включаючи проблеми з транспортуванням і брак пляшок. Військові дії призвели до знищення інвентарю та блокади головного порту України Одеси, що посилює ці труднощі. Через війну роздрібним торговцям вина довелося відновлювати свої логістичні маршрути, налагоджувати ланцюжки поставок і, на жаль, закривати фізичні магазини через значні проблеми з логістичною інфраструктурою. Наприклад, у березні 2022 року торгова мережа "Сільпо" була змушена закрити 22 магазини в Києві. За експертними даними, в середньому та низькому ціновому сегментах покупці скоротили частоту купівлі виноробної продукції в Україні з трьох разів до одного разу на 30 днів. Цьому сприяла низка факторів:

- тимчасові обмеження продажу алкоголю в роздрібних мережах країни;
- підвищення собівартості продукції через зростання цін на сировину, енергоносії та витратні матеріали;
- збої в логістичних ланцюгах постачання та розподілу;
- нерегульованість умов розрахунків на державному рівні для підприємств роздрібною торгівлі з постачальниками продовольчих товарів, у тому числі виноробної продукції в Україні [38].

Вищевикладене дозволило сформувати матрицю SWOT-аналізу зовнішньої торгівлі України товарами виноробної промисловості.

Матриця SWOT-аналізу зовнішньої торгівлі України товарами  
виноробної промисловості

| Сильні сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Слабкі сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Якість продукції<br>2. Численні крупні заводи та крафтові підприємства<br>3. Широкий асортимент<br>4. Власні виноградники у сприятливих умовах<br>5. Досвід і кваліфікація персоналу<br>6. Співпраця зі світовими партнерами                                                                                                                                  | 1. Обмежена географічна присутність<br>2. Висока залежність від врожаю<br>3. Обмежена продуктова диверсифікація<br>4. Залежність від іміджу торгових марок<br>5. Недостатня реклама та маркетинг<br>6. Обмежені ресурси для досліджень і розвитку<br>7. Недостатня логістична інфраструктура<br>8. Відсутність широкої розповсюдженої мережі продажів<br>9. Вразливість до змін законодавства |
| Можливості                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Загрози                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 1. Розширення асортименту продукції<br>2. Використання екологічно чистих технологій<br>3. Розширення ринків збуту<br>4. Розвиток туристичного напрямку<br>5. Вдосконалення маркетингових стратегій<br>6. Розвиток експортного напрямку<br>7. Вдосконалення процесу виробництва<br>8. Розвиток виноградних господарств<br>9. Впровадження інноваційних технологій | 1. Конкуренція імпоротної продукції<br>2. Зміни в споживацьких уподобаннях<br>3. Законодавчі обмеження<br>4. Зміни в економічному середовищі<br>5. Загрози з боку природних катаклізмів та наслідків воєнної агресії                                                                                                                                                                          |

Таким чином, слід відзначити, що українські виробники займаються вирощуванням винограду, переробкою, виробництвом і зберіганням вина. Це дозволяє контролювати якість продукції на кожному етапі виробництва, вони часто мають власні лабораторії, яка здійснюють контроль якості на кожному етапі виробництва. Українські виробники можуть запропонувати широкий асортимент продукції, це дозволяє задовольняти різноманітні смакові переваги

споживачів. В Україні є достатньо висококваліфікованих спеціалістів з великим досвідом у виноробній галузі, це дозволяє забезпечити ефективне управління та якісне виробництво.

Між тим в цілому українські виробники мають обмежену географічну присутність, це обмежує їхні можливості розширення та збуту на нових ринках. Хоча в Україні виробляється широкий асортимент продукції, основними продуктами є коньяки і бренді, які становлять більшу частку їхнього виробництва. Окрім того, на сьогодні недостатньою є реклама та маркетинг та обмежені ресурси для досліджень і розвитку, це може обмежувати їхню здатність до інноваційного росту та конкурентоспроможності на ринку. У деяких регіонах недостатня логістична інфраструктура для ефективного транспортування і збуту продукції. Окрім того, українські виробники на зовнішньому ринку змушені працювати у конкурентному середовищі, де конкурують багато виробників. Це може призвести до підвищеного тиску на ціни і маржу прибутку. Серед потенційних можливостей слід відзначити розширення асортименту продукції, включаючи нові сорти вин. Це дозволить привернути більше клієнтів і задовольнити різноманітні смакові уподобання. Запровадження екологічно чистих технологій у виробничий процес може стати перевагою та дозволить отримати сертифікати якості та привернути екологічно свідомих споживачів. Українські виробники можуть покращити свої маркетингові стратегії, включаючи активнішу промоцію продукції, участь у виставках та заходах, розробку інтернет-маркетингу та рекламних кампаній. Це допоможе залучити нових клієнтів і збільшити свідомість про бренди. Шляхом встановлення партнерських відносин з імпортерами та дистриб'юторами в інших країнах, виноробні заводи можуть ефективно просувати свою продукцію за кордоном і збільшити обсяги експорту. Основні загрози можуть включати: загрози з появою нових конкурентів або посилення конкуренції з боку існуючих виробників алкогольної продукції. Це може призвести до зменшення ринкової частки і падіння прибутків. Зміни в смакових уподобаннях споживачів можуть

вплинути на попит на продукцію. Зміни в законодавстві, що регулює виробництво і продаж алкогольних напоїв, можуть створити додаткові обмеження для діяльності. Наприклад, зміни в акцизному законодавстві або впровадження нових правил щодо маркування та продажу можуть вплинути на виробництво та розповсюдження продукції.

Також слід відзначити, що ринок вина в Україні є достатньо залежним від світових тенденцій та зовнішніх факторів, які можуть як уповільнювати, так і стимулювати розвиток цієї галузі. Прогнозується, що у 2024-2025 роках зросте попит на білі тихі вина, які вважаються легшими, освіжаючими та здоровішими порівняно з червоними сортами. Особливо біле сухе вино має великий попит у світі, і ця тенденція може також виявити свій вплив на український ринок вина. Стан ринку вина у 2024-2025 роках безпосередньо залежатиме від розвитку подій на фронті та ступеня бойових дій та обстрілів України. За умови завершення війни у 2024 році передбачається розблокування портів, що призведе до відновлення поставок вина від основних торгових партнерів України, що може стати стимулом для збільшення обсягів імпорту вин. При оптимістичному розвитку подій, що передбачає звільнення окупованих територій України, зокрема тих, де розташовувалися великі виноградники, наприклад, виноградники компанії "Graevo", прогнозується поживлення галузі, яке дозволить з часом наростити виробництво до довоєнного рівня. Також не менш важливим фактором розвитку ринку вина є повернення з-за кордону принаймні 30% повнолітнього населення, яке виїхало після 24.02.2022 року, зокрема жінок, які є потенційними споживачами алкогольної продукції. Песимістичний сценарій базується на посиленні впливу негативних факторів на розвиток галузі та характеризується, перш за все, вирівнюванням попиту на алкогольні напої та усуненням споживчих переваг на слабші, або навпаки міцні напої. Не менш важливим фактором впливу в песимістичному прогнозі є погіршення політичної ситуації, посилення міграції і як наслідок втрата більшої частини цільової аудиторії.

Також причинами зниження інтенсивності зростання винної галузі України можуть бути такі фактори, як:

- Погіршення зовнішньої кон'юнктури – зниження попиту на основні позиції українського експорту, зниження світових цін на них, зростання рівня конкуренції на міжнародному ринку, зниження економічного зростання країн-споживачів;
- Окупація більшої кількості територій, зокрема південних, які безпосередньо спеціалізуються на виробництві вина;
- Зниження купівельної спроможності населення внаслідок війни, особливо в низькому та середньому ціновому сегменті. Йдеться про сегмент ринку вина вартістю близько 50 грн. На думку експертів, покупець, який купував вино тричі на місяць, тепер робить це один раз на 30 днів;
- Зростання імпорту вина. Через війну прямого імпорту великими мережами споживачеві став доступний величезний асортимент імпортних (іспанських, італійських, чилійських та інших.) вин за доступними цінами.

## **Висновки до розділу 2**

Україна має багаті традиції у виноробстві та унікальні сорти винограду, які вирізняються своєю самобутністю. Кризу у виноградно-виноробній галузі спровокувала воєнна агресія РФ проти України. На галузь негативно вплинуло знищення або пошкодження виноробних підприємств, падіння попиту та реалізації виноробної продукції, стрімкий ріст імпорту виноробної продукції, подорожчання основних витратних матеріалів, порушення логістичних ланцюгів.

Зниження експорту в грошах у 2023 році порівняно з 2021 роком відбулося за рахунок збільшення частини експорту виноматеріалів, які у 2023 році склали понад 70% від загального обсягу поставок. У 2023 році в Україні спостерігалось значне зростання імпорту білих вин, зокрема з Рейнгау, Долини Луари, Лаціо, Трентіно, Альто Адідже, Вельдепенас, Мадейри, Мускатель де Сетубал і Марсали. Станом на 2023 рік, частка імпорту в натуральних

показниках на українському ринку вина становить понад 50%. Ця тенденція до зростання частки імпорту є результатом зменшення виробництва внаслідок війни та скорочення кількості малих виробництв виноробної продукції. Щодо структури імпорту, у 2023 році червоні вина становили приблизно 60% від загального обсягу імпортованого вина, що свідчить про високу популярність цього виду серед українських споживачів. Тихі вина становили найбільшу частку в структурі імпорту - 62,9%, що також свідчить про їхню популярність.

Слід відзначити, що українські виробники можуть запропонувати широкий асортимент продукції, це дозволяє задовольняти різноманітні смакові переваги споживачів. В Україні є достатньо висококваліфікованих спеціалістів з великим досвідом у виноробній галузі, це дозволяє забезпечити ефективне управління та якісне виробництво. Між тим в цілому українські виробники мають обмежену географічну присутність, це обмежує їхні можливості розширення та збуту на нових ринках. Серед потенційних можливостей слід відзначити розширення асортименту продукції, включаючи нові сорти вин. Основні загрози можуть включати: загрози з появою нових конкурентів або посилення конкуренції з боку існуючих виробників алкогольної продукції.

## **РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТОВАРАМИ ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

### **3.1. Організаційно-нормативні підходи з активізації зовнішньої торгівлі України товарами виноробної промисловості**

При внутрішньому виробництві 55-60 млн літрів загальний український ринок тихих вин склав близько 100 млн літрів (при частці імпорту близько 40%). Частка експорту з України зазвичай не перевищувала 5%. Найбільше експортованих вин було до Білорусі, Казахстану, Німеччини та Румунії. Негативна тенденція, яка склалася у виноградарстві зумовлена (Рис. 3.1).

Через війну та безпрецедентну глобальну підтримку України напрями експорту змінюються. Місцеві виробники вина помітили зростання інтересу з боку іноземних ринків. Останнім часом українські вина експортувалися, наприклад, до Японії, Великої Британії, Естонії, Польщі та США. У той час як частка роздрібних продажів вина вітчизняного виробництва протягом останніх років постійно знижувалася, місцеві винороби відзначили підвищення лояльності споживачів до свого продукту в 2022 році. Через величезний інтерес до місцевої продукції всередині країни та зміни курсу валют, «купуйте місцеве» вино в Україні посилюється.

Для експортного ринку виробники вина в Україні повинні створити чітку ідентифікацію бренду та розробити ефективну маркетингову стратегію для просування. Важливо забезпечити якісне пакування та підкреслити походження продукту, оскільки це може позитивно вплинути на сприйняття споживачів.





Рис. 3.1. Основні проблеми виноробної галузі України

Джерело: складено за [39]

Наступним питанням, яке слід розглянути, є наявна підтримка з боку держави, зокрема для підприємств, які вирощують та переробляють виноград. Уряд запровадив кілька програм, доступних через Єдиний державний аграрний реєстр. У 2022 році в рамках програми державної підтримки розвитку садівництва, ягідництва та виноградарства за фінансової допомоги Світового банку надано фінансування на суму 322 млн грн, що дозволило створити близько 400 постійних і 9 тис. сезонних робочих місць. Ця підтримка тривала і в 2023 році, планується виділити близько 1 млрд грн. Станом на 2024 рік, згідно зі звітом, на розвиток садівництва, ягідництва та виноградарства спрямовано 694,2 млн грн [40]. У свою чергу, Верховна Рада України прийняла зміни до законодавства, які спрощують реєстрацію та ведення бізнесу з виробництва вина, зокрема законопроект №9030 від 9 серпня 2023 року. Відповідно прийнятий Закон «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України щодо розвитку виноробства та спрощення господарської діяльності для виноробства» №3303-IX від 9 серпня 2023 р. [41]. Основні зміни в законодавстві включають кілька ключових аспектів.

- По-перше, для невеликих виробників вина, які виробляють до 10 тис. декалітрів на рік, спрощено процес отримання ліцензії. Тепер вони можуть подати заяву на отримання ліцензії разом з квитанцією про оплату, здійснювати оптову торгівлю без окремої ліцензії, а також здійснювати роздрібну торгівлю без ліцензії.
- По-друге, для дрібних виробників передбачені податкові пільги та спрощена звітність. Ліцензія на оптову торгівлю тепер коштує 30 000 грн замість колишніх 500 000 грн. Звітність потрібно подавати щороку, а не щомісяця, як раніше.
- По-третє, з'явилася можливість використання сучасних пакувальних матеріалів, у тому числі для розливу вина та виноробних напоїв у металеві банки та кеги. Ці зміни спрямовані на стимулювання розвитку малого виноробства, оптимізацію вимог до матеріально-технічної бази, спрощення

процедур ліцензування та підвищення конкурентоспроможності українських вин.

Галузеві асоціації вважають, що дерегуляція сприятиме збільшенню кількості виноробів та розширенню асортименту вин в Україні [42]. Зростання кількості підприємств з виробництва вина посилить конкуренцію, стимулюючи виробництво нових унікальних купажів вин для задоволення споживчого попиту. Це сприятиме розвитку та вирощуванню різноманітних сортів винограду в різних регіонах. Спрощення бюрократичних процедур для отримання дозволів, ліцензій і сертифікатів загалом полегшує роботу виноробів.

Законопроект «Про виноград і виноградарську продукцію» (№9139), який готується до другого читання, містить уніфікацію термінів і визначень, класифікацію сортів винограду та вимоги до виробництва виноградарської продукції [43]. Він встановлює принципи інспектування виробництва вина, визнання контролюючих органів та їх повноважень, а також визначає покарання за порушення вимог закону. Цей закон вводить визначення механізму захисту географічних назв в Україні. Він також передбачає створення єдиної державної інформаційної системи «Реєстр виноградарства та виноробства», підтримку виноградарства та виноробства, вводить нові терміни та визначення за європейськими стандартами. Крім того, передбачається можливість державної підтримки виноградарства та виноробства. Крім того, планується розширення зон виробництва винограду та вина, оскільки теоретично виноград можна буде вирощувати на більшій частині території України, разом із диверсифікацією (пошук нових рецептів та смаків вин за попитом споживачів). Наприклад, спостерігається зсув споживчих переваг від портвейну до молодіжних напоїв на основі вина в металевих банках. Рожеві вина привернули підвищену увагу в усьому світі, це збільшило споживання та залучило нових споживачів до виробників, які раніше спеціалізувалися на портвейні.

Вже є конкретні регіональні програми, спрямовані на розвиток виноградарства. В Одеській області, зокрема, програма «Аграрій Одещини» передбачає фінансування створення кадастру виноградників області. Нещодавно з обласного бюджету виділено близько 5 млн грн на розвиток виноробства. Виноградарство та виноробство потрібні державі, оскільки це робочі місця, податки і експорт. Відмічається, що лише в Одеській області завдяки виноградарству регіон має від п'яти до семи тисяч постійних робочих місць у сільській місцевості. У сезон збору врожаю ці цифри подвоюються. Для допомоги підприємствам, які вирощують та переробляють виноград, уряд впровадив низку програм, які працюють через єдиний державний аграрний реєстр. Державні кредити на розвиток становили 322 млн грн, які направили на садівництво, ягідництво та виноградарство. У 2024 році планується виділити на підтримку близько 1 млрд грн.

Для розвитку виноробної галузі важливо створити спеціальну державну програму, спрямовану на виведення виноробної галузі на новий рівень. Програма має передбачати певні кроки (Рис 3.2).

Із отриманням Україною статусу кандидата на членство в ЄС у сільському господарстві, зокрема у виноградарстві та виноробстві, з'явилися нові перспективи. Нещодавно Європейський парламент ухвалив рішення про скасування імпортного мита ЄС на весь український експорт, що є історичною можливістю для українського сільського господарства, особливо виноградарства. Це рішення є особливо важливим для регіонів, де виноградарство та виноробство відіграють важливу соціальну роль, забезпечуючи зайнятість [44].

визначення пріоритетів розвитку виноградарства з урахуванням регіональних та зональних особливостей

удосконалення механізму державної підтримки підприємств, фізичних осіб-підприємців та селянських господарств у галузі виноградарства, а також забезпечення розвитку виноробства

заходи щодо розвитку інфраструктури ринку виноробства, диверсифікації каналів збуту та забезпечення якості продукції

- регулювання попиту та пропозиції,
- захист ринку від неякісної імпоротної продукції та сировини.

збільшення місткості ринку винограду та продуктів його переробки з урахуванням потреб населення, купівельної спроможності та експортних можливостей.

для підвищення якості та впізнаваності української виноробної продукції необхідна співпраця науковців і практиків.

- пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності шляхом впровадження сучасних технологій та залучення інвестицій у виноробний сектор позитивно вплине на просування винних брендів, розширення ринків збуту та формування позитивного іміджу української продукції

Рис. 3.1. Основні напрямки державної програми з розвитку виноробної галузі

Джерело: авторська розробка

Країни Європейського Союзу активно допомагають Україні. У 2023 році програма USAID «Конкурентоспроможність української економіки» підтримала участь 10 українських виноробів у виставці ProWein у Дюссельдорфі, сприяючи розвитку експорту під брендом «Вина України». Завдяки цій підтримці українські вина отримують міжнародне визнання [45]. Відновлення членства України в Міжнародній організації винограду та вина (OIV) також є значущим кроком для розвитку українського виноградарства. Ця подія символізує інтеграцію держави у світове співтовариство. OIV, правонаступник Міжнародного бюро виноградної лози та вина, яке діяло з

1924 по 2001 рік, об'єднує 49 країн і є основною організацією, яка встановлює стандарти виробництва вина на глобальному рівні. Він складається з чотирьох комітетів: виноградарства, енології, економіки та права, охорони здоров'я та безпеки. Організація включає 85% світових експертів у сфері виробництва вина та представляє інтереси 80% споживачів вина. Участь України в OIV надає доступ до сучасних знань та інновацій, які необхідні для розвитку національної виноробної промисловості в контексті євроінтеграції. Це також створює можливості для обміну досвідом, що сприяє просуванню українських вин на міжнародних ринках. Членство в OIV відкриває українським виноробам доступ до міжнародних баз даних і передових технологій, сприяючи створенню конкурентоспроможної продукції та виходу на нові ринки, включно з ЄС. Це також допомагає підвищити стандарти виробництва відповідно до європейських вимог, зокрема щодо географічних позначок. Членство підвищить обізнаність про українське вино та продемонструє його потенціал на світовій арені [46].

Незважаючи на ці існуючі виклики, українське виробництво має значний потенціал для зростання. Маючи 15 природних виноградарських макрозон і 58 мікрозон, Україна за сприятливої державної політики має всі шанси стати світовим лідером у виробництві вина та винопродуктів. Це одна з ключових сфер для створення доданої вартості. Виноградарство і виноробство в Україні має потужний потенціал, але потрібно мати міцний запас можливостей, щоб саме зараз цей потенціал використовувати.

### **3.2. Перспективи географічної диверсифікації у зовнішній торгівлі товарами виноробної промисловості України**

По-перше слід розглянути, яким чином вимушені зміни у логістиці поставок та зближення України із Європейським Союзом може вплинути на розвиток Українського експорту товарів виноробної промисловості. Слід відзначити, що Україні з 1 січня 2021 року почало діяти нульове мито на

ввезення вина з ЄС. Це передбачено зобов'язаннями України щодо обнулення імпорتنих мит на низку товарів протягом семирічного періоду після укладення економічної частини Угоди про асоціацію з Євросоюзом, до цього мито на ввезення вина з ЄС становило 0,3-0,4 EUR/літр. Звісно, це підвищує внутрішній конкурентний тиск та сприяє зростанню імпорту вина на ринку України. Між тим, українські вина незабаром почнуть по-іншому маркувати, щоб їх виробникам стане простіше виходити на ринки ЄС, для чого, як вже було сказано, у Верховній Раді прийняли законопроект, який сприятиме розширенню географії експорту українських вин і кількості нових ринків для українських виноробів. Йдеться про законопроект №9139, що приводить законодавства про виноградарство у відповідність до вимог ЄС [39], який, з одного боку, має привести норми галузевого законодавства про виноградарство у відповідність до вимог ЄС, а з іншого – сприяє дерегуляції галузі виноробства, оскільки замінює застарілі інструменти регулювання ринку. Наразі українські вина експортуються в 49 країн. Але запровадження нового галузевого законодавства, що відповідає міжнародним правилам виробництва продуктів виноградарства та виноробства, сприятиме збільшенню нових експортних ринків. Звісно, що на шляху євроінтеграції галузь зіткнулася з проблемами, які уповільнюють експорт виноробної продукції на світові ринки збуту. Наприклад, Україна на відміну від країн ЄС не має реєстру виробників винограду та вина і кадастру виноградників. Тому, згідно з ухваленим законопроектом, його створять. Він включатиме відомості про: виробників винограду; виробників виноробної продукції; виноградні ділянки; обов'язкові декларації та інші дані про виноробну продукцію. Серед інших важливих змін винного законодавства – терміни та визначення, класифікація сортів винограду та вимоги до виробництва, приведені у відповідність до вимог, прийнятих в країнах ЄС. Йдеться про нові терміни та визначення. Зокрема, вони повинні відповідати географічним зазначенням, аналогічним до сучасних правил в країнах ЄС. Кліматичні умови, ґрунти, сорти винограду, які використовуються, наділяють продукт неповторними властивостями, а згадка на маркуванні про

захищене географічне зазначення території, з якої походить продукт, в разі підвищує його репутацію. Деякі українські виробники вже почали реєструвати свої географічні зазначення.

Якщо характеризувати імпорт ЄС вин з інших країн світу, то слід відзначити, що за останні 3 роки обсяг імпорту ігристих вин до ЄС становив у середньому 50,4 млн євро на рік і зростав на 4,0% щорічно протягом останніх 5 років. Основними постачальниками є Велика Британія Швейцарія та Південна Африка. Франція, Данія та Нідерланди є найбільшими імпортерами ігристих вин, а найвищі ціни – у Данії та Франції (Рис 3.3, Таблиця 3.1).

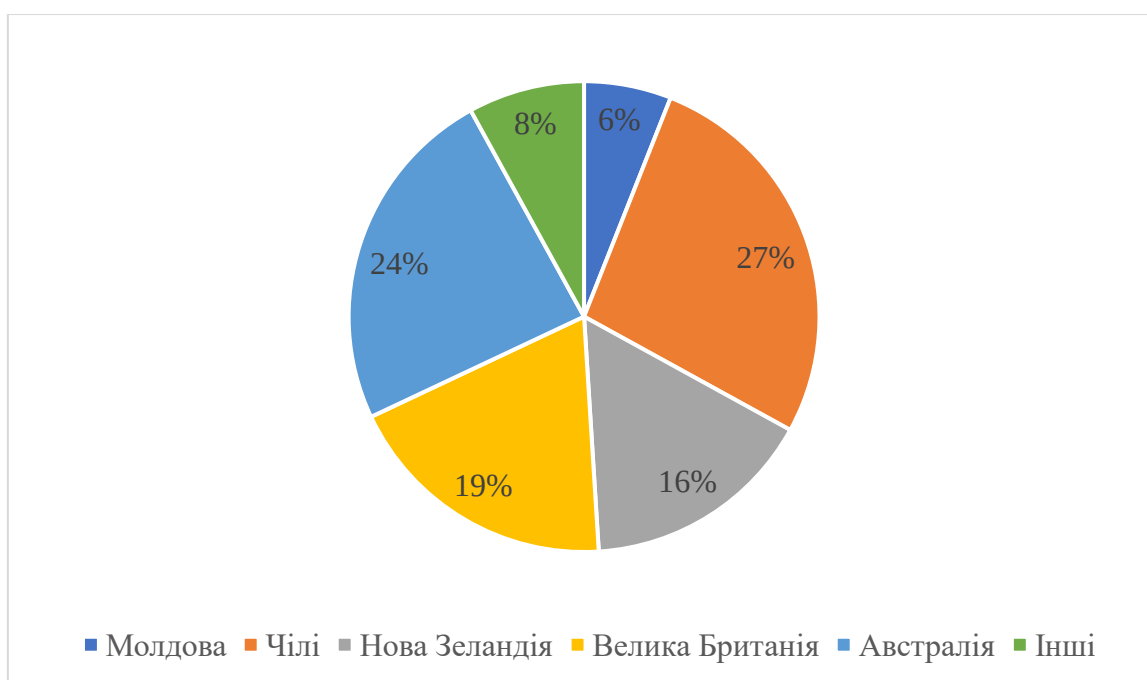


Рис 3.3. Головні джерела постачання вин на ринок країн ЄС (2020-2022 роки), %

Джерело: [47]

Можна відзначити, що серед основних країн-постачальників виокремлюються Чилі та Австралія із 27% та 24% відповідно.



Таблиця 3.1

Найбільший обсяг імпорту за країнами-членами ЄС (2020-2022 роки)

|            | Вартість,<br>млн євро | Обсяг, л  | Середня ціна<br>на умовах CIF<br>(євро/л) | Ціна 2022 р. на<br>умовах CIF (євро/л) |
|------------|-----------------------|-----------|-------------------------------------------|----------------------------------------|
| Нідерланди | 27.96                 | 9,289,376 | 3.00                                      | 3.03                                   |
| Ірландія   | 16.48                 | 4,049,466 | 4.11                                      | 4.57                                   |
| Німеччина  | 4.81                  | 1,245,742 | 5.14                                      | 6.11                                   |
| Румунія    | 2.50                  | 683,685   | 3.64                                      | 3.90                                   |
| Франція    | 1.11                  | 254,914   | 4.32                                      | 4.85                                   |
| Латвія     | 0.68                  | 223,152   | 3.06                                      | 3.18                                   |
| Естонія    | 0.39                  | 146,088   | 2.65                                      | 2.88                                   |
| Італія     | 0.34                  | 75,746    | 4.88                                      | 6.21                                   |
| Данія      | 0.32                  | 82,616    | 6.91                                      | 11.16                                  |
| Кіпр       | 0.31                  | 87,862    | 3.41                                      | 4.01                                   |

Джерело: [47]

Відзначимо, ще серед головних імпортерів вина слід назвати Нідерланди, Ірландію та Німеччину. За останні 3 роки обсяг імпорту білих вин з PDO або PGI до ЄС становив у середньому 55,6 млн євро на рік, але за останні 5 років знижався у середньому на 5,7% на рік. Основними постачальниками є Чилі, Австралія та Велика Британія. Нідерланди, Ірландія та Німеччина є найбільшими імпортерами білих вин з PDO/PGI з найвищими цінами в Італії та Німеччині. Загальний обсяг попиту за останні 3 роки й ціни є досить стабільними протягом року. Імпорт інших вин з PDO або PGI (неігристих і не білих) до ЄС за останні 3 роки становив у середньому 126,0 млн євро на рік, за останні 5 років він підвищувався на 8,2% щорічно. Основними постачальниками є США, Чилі й Велика Британія. Франція, Нідерланди й Німеччина є найбільшими імпортерами інших вин з PDO/PGI з найвищими

цінами в Данії, Франції та Німеччині. Загальний обсяг попиту за останні 3 роки був досить постійним протягом року (за винятком 2020 року). За останні 3 роки імпорту сортів білих вин до ЄС становив у середньому 235,4 млн євро на рік, а за останні 5 років зростав на 10,8% щорічно. Основними постачальниками є Чилі, Південна Африка й Нова Зеландія. Нідерланди, Данія та Швеція є найбільшими імпортерами сортів білих вин з найвищими цінами у Франції та Данії і Швеції. Загальний обсяг попиту за останні 3 роки є вищим восени, але ціни є досить постійними протягом року. За останні 3 роки імпорту інших сортів вин до ЄС становив у середньому 331,2 млн євро на рік, а за останні 5 років зростав на 4,8% щорічно. Основними постачальниками є Чилі, США й Аргентина. Швеція, Данія та Нідерланди є найбільшими імпортерами інших сортів білих вин з найвищими цінами у Франції та Данії і Швеції. За останні 3 роки імпорту інших білих вин до ЄС становив у середньому 128,4 млн євро на рік, але за останні 5 років скорочувався на 5,1% щорічно. Основними постачальниками є Чилі, США й Австралія. Нідерланди, Ірландія та Бельгія є найбільшими імпортерами інших білих вин з найвищими цінами в Бельгії, Німеччині й Данії. Імпорту інших вин (крім інших білих) до ЄС в середньому становив 217,4 млн євро на рік за останні 3 роки, але за останні 5 років він скорочувався на 4,9% щорічно. Основними постачальниками є Чилі, США й Австралія. Нідерланди, Франція та Німеччина є найбільшими імпортерами інших вин з найвищими цінами у Франції, Бельгії й Німеччині [47].

Загальний обсяг імпорту вина до ЄС в тарі місткістю менше 2 літрів за останні 3 роки в середньому становив 1,1 млрд євро на рік (Таблиця 3.2).

Таблиця 3.2

Середній обсяг імпорту до ЄС (2020-2022 роки), млн євро

|              | З захищеними PDO/PGI | Сортові вина | Інші  | Разом   |
|--------------|----------------------|--------------|-------|---------|
| Ігристі вина | -                    | -            | -     | 50.4    |
| Білі вина    | 55.8                 | 235.4        | 128.4 | 419.6   |
| Інші вина    | 126.0                | 331.2        | 217.4 | 674.6   |
| Разом        |                      |              |       | 1,144.6 |

Джерело: [47]

Найбільший сегмент – це сортові вина, на які припадає 49,5% імпорту (566,6 млн євро) і які зростають на 10,8% (білі сортові) та на 4,8% (інші сортові). Середні ціни на імпортовані вина в ЄС є найвищими для сортових білих вин на рівні 3,53 євро за літр (на умовах CIF), з найвищими середніми цінами за останні 3 роки у Франції – понад 8 євро за літр, Данії та Швеції – понад 4 євро за літр. Середня ціна імпорту інших сортових вин до ЄС становить 4,12 євро за літр і знову є найвищою серед не білих і неігристих вин. Найвищі витрати на імпорт у Франції – 10 євро за літр, далі йдуть Швеція й Данія – 5,0 євро за літр. У той час як категорія "Інші вина" становить 30% імпорту ЄС, імпорт як білих, так і інших білих вин скорочувався приблизно на 5% щорічно протягом останніх 5 років.

Таким чином, щодо місткості європейського ринку слід підсумувати, що ЄС імпортує 1,1 млрд євро на рік вина в тарі місткістю 2 л або менше. Сортіві вина становлять найбільшу частку імпорту і є швидкозростаючим ринком. Середні імпорتنі ціни (на умовах CIF) на сортові вина становлять 3,53 євро за літр для білих і 4,12 євро за літр для не білих сортів. Понад 50% імпорту сортових вин надходить до Швеції, Данії й Нідерландів. Найвищі ціни на імпорт сплачуються у Франції. Найбільшу конкуренцію в ЄС для сортових вин становить Чилі (на неї припадає 20-25% імпорту в ЄС) [47].

Також слід мати на увазі, що доступ до ринку ЄС передбачає перетин кордону з низкою перевірок і процедур. До них належать:

- ввізні мита (тарифи й еквівалентні заходи, що сплачуються імпортерами),
- митні процедури,
- перевірка документів на кордоні та вимоги до тестування.

Хоча тарифи й обмеження еквівалентної дії сплачує імпортер, вони впливають на конкурентоспроможність українських експортерів порівняно з постачальниками вина з третіх країн (залежно від застосованих митних обмежень). Для вин ця ситуація є дуже складною та залежить від сорту винограду, назви й міцності вина. Що стосується ігристих вин, то Україна користується нульовим тарифом для всіх сортів, окрім тих, що позначені як "шампанське" або "Асті Спуманте". Для білих вин із захищеними назвами міцністю до 15% алкоголю український експорт до ЄС повинен сплачувати повне мито. Щодо білих захищених вин вищої міцності з PDO/PGI, а також сортових та інших білих вин, українські вина користуються безмитним ввезенням до ЄС. Для інших вин із захищеними назвами українські експортери вина до ЄС повинні сплачувати повне мито. Щодо всіх інших вин (крім ігристих і білих) українські вина звільняються від сплати ввізного мита. Аби скористатися цими преференційними умовами доступу на ринок, застосовується правило походження. Для вин з України правилом походження має бути "весь виноград повністю отриманий", тобто вирощений в Україні. Оскільки Україна підписала Пан'європейські та середземноморські преференційні правила походження (РЕМ), всі продукти можуть вважатися походженням з країн ЄС або інших членів РЕМ, з якими Україна має угоду про вільну торгівлю (включаючи Молдову та країни Європейської асоціації вільної торгівлі) [47].

Для преференційних умов доступу до ринку (за зниженими тарифами) вина, що експортуються, повинні мати сертифікат походження EUR1, який видається на кожну партію під час або після експорту товару. Сертифікати

походження EUR1 видаються на товари, що експортуються до країн ЄС і відповідають правилам походження, які застосовуються в рамках поглиблених і всеохопних зон вільної торгівлі (DCFTA). За умови, що митні адміністрації країн ЄС приймають сертифікати EUR.1 на товари українського походження, застосовується звільнення від сплати митних зборів.

Таким чином, щодо доступу українських виробників на ринок ЄС, слід підсумувати, що український експорт обкладатиметься за нульовими ввізними митами на більшість вин, які не мають захищених назв (PDO/PGI). Вино може перетинати будь-який прикордонний пост ЄС, але для зменшення ризику перевірки потрібна повна документація. На кожну вантажівку/контейнер необхідно мати сертифікат VI-1, виданий ДП «Державний центр сертифікації та експертизи сільськогосподарської продукції» [47].

За умов того, що українські виробники зможуть організувати логістику, пропонується також більш уважно розглядати ринок вина Китаю. За даними Міжнародної організації винограду та вина (OIV), Китай стане другим за величиною ринком імпорту вина у світі, випередивши Великобританію. Наразі КНР посідає четверте місце – після США, Великобританії та Франції. Але, згідно з прогнозами, протягом найближчих трьох років продажі вина в Китаї зростуть майже на 40%, сягнувши \$21 млрд. Переміщення на друге місце за три роки відбудеться за рахунок зростання обсягу роздрібних продажів вина – як імпортного, так і місцевого [48]. Китайці завдяки більшій відкритості своєї країни в останні роки стали активно долучатися до світової культури, зокрема культури споживання вина. Крім того, Китай охоплений швидкими темпами урбанізації, а городяни менш консервативні у своїх уподобаннях, вони легше і швидше визнають нові продукти. Оскільки вино не є предметом першої необхідності, воно відносно дороге. Відповідно, зі зростанням добробуту китайських громадян зростає і споживання вина. Поступово формуються і традиції виноробства. Не виключено, що з часом Китай стане помітним представником виноробного ринку і, з одного боку, споживатиме вино в значних кількостях, з іншого – вироблятиме його.

За прогнозами аналітиків, протягом наступних чотирьох років попит на імпортне вино зростатиме в середньому на 7% на рік. Імпорт вин до Піднебесної вже збільшується в середньому на 5% на рік [48], а сам ринок за останні декілька років виріс на третину. Зараз китайці готуються до великого «винного стрибка», оскільки в КНР поки що не розвинена культура виробництва тих вин, які найбільш затребувані на внутрішньому ринку. Тому Китаєм зацікавилися Аргентина, Чилі, США і Австралія, які вже почали виробляти більше червоного сухого вина, що користується найбільшим попитом у КНР. Однак й інші країни, у тому числі Україна, можуть спробувати вийти на цей перспективний ринок.

Україна у 2015 році експортувала натуральних виноградних вин (товарна позиція 2204) на \$38,2 млн, а у 2016-му – на \$24,7 млн. При цьому, якщо у 2015 році в Китай було відправлено продукції на \$0,7 млн, то в 2016-му цей показник склав уже \$1,084 млн. Цю цифру навряд чи можна назвати вражаючою, якщо врахувати, що на українському ринку присутні близько 40 виробників вина [48].

Українське вино успішно експортується і має добрий потенціал. Але поки ринок Китаю для України закритий, і на даний момент поставки відбуваються лише на рівні пробних партій.

Якщо поглянути на китайський ринок вина, то перспективи очевидні. За минулі п'ять років китайський середній клас, купівельна спроможність якого збільшилася, змінив і звички, пов'язані зі споживанням напоїв. Так, відносно забезпечені китайці перейшли з пива і байдзю (традиційний китайський алкогольний напій, що нагадує горілку; дослівно – «білий спирт») на, ймовірно, більш корисні для здоров'я червоні вина. Китай був і все ще великою мірою залишається ринком, на якому ціни встановлює продавець. Сьогодні середній клас вимагає все більш якісного і дорогого продукту. Тому не дивно, що ціни на вина в Гонконгу та Китаї на 70% вищі за деяких світові показники: китайці готові купувати дорогі напої. Тобто якщо імпортер продає пляшку вина, яка коштує \$16 (100 юанів), за 200 юанів, то знайдеться і покупець,

готовий заплатити такі гроші. За даними International Wine and Spirit Research, за останнє півріччя споживання пляшкового вина виросло на 35%. І, що найцікавіше, такий приріст відбувся за рахунок жінок, які п'ють приблизно на 15% більше вина, ніж чоловіки. У Китай здебільшого завозять сухі червоні вина виробництва Чилі або США. Ці країни, а також Австралія, мають серйозні амбіції утримувати лідерські позиції на виноробному ринку Китаю. США планують щорічно поставляти в Китай вина на \$191 млн. Це будуть сорти, які вирощуються в Каліфорнії. У самих Сполучених Штатах споживання вина через кризу дещо впало, тому є надлишки, які потрібно продавати. Нарешті, велику частку ринку хочуть завоювати країни Південної Америки. Зараз південноамериканські країни розраховують мінімум на 242 млн л експорту щорічно. Для цього вони навіть збільшують виноградні плантації та намагаються домовитися з Пекіном про скасування частини мит. Наприклад, Аргентина веде переговори з КНР про зниження або повне скасування 8%-го мита на імпорт вина. Якщо вони виявляться успішними, то країна отримає реальні шанси стати великим експортером алкоголю в КНР. Але головним викликом при експорті вин у Китай є навіть не жорстка конкуренція. У КНР прагнуть вирощувати власний виноград і робити добре вино. За прогнозами аналітиків, виробництво вина в Китаї до кінця 2017 року має зрости до 185 млн пляшок на рік. Це поставить країну на п'яте місце у світі за обсягами виробництва. І попри готовність купувати якісне імпортоване вино, понад 80% вина, випитого в Китаї за останні п'ять років, вироблено в самій країні [48].

### **Висновки до розділу 3**

Основні проблеми українського виноробства пов'язані з: затяжною економічною кризою України; низькою ефективністю виноградарства; недосконалістю чинного законодавства з питань власності на землю; невисоким рівнем доходу працюючих в виноградарстві; неврахуванням при формуванні бюджетної політики об'єктивної нерівності умов відтворення сільськогосподарського виробництва порівняно з іншими галузями;

недостатнім рівнем державної фінансової підтримки виноградарства та наукових досліджень в галузі; недостатнім стимулюванням впровадження інноваційних технологій та інвестицій в агропромислове виробництво; недостатнім рівнем розвитку інфраструктури аграрного ринку.

Для розвитку виноробної галузі важливо створити спеціальну державну програму, спрямовану на виведення виноробної галузі на новий рівень. Програма має передбачати певні кроки: визначення пріоритетів розвитку виноградарства з урахуванням регіональних та зональних особливостей удосконалення механізму державної підтримки підприємств, фізичних осіб-підприємців та селянських господарств у галузі виноградарства, а також забезпечення розвитку виноробства заходи щодо розвитку інфраструктури ринку виноробства, диверсифікації каналів збуту та забезпечення якості продукції; збільшення місткості ринку винограду та продуктів його переробки з урахуванням потреб населення, купівельної спроможності та експортних можливостей; для підвищення якості та впізнаваності української виноробної продукції необхідна співпраця науковців і практиків та пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності.

Щодо місткості європейського ринку для збуту українського вина, слід підсумувати, що ЄС імпортує 1,1 млрд євро на рік вина в тарі місткістю 2 л або менше. Сортіві вина становлять найбільшу частку імпорту і є швидкозростаючим ринком. Понад 50% імпорту сортівих вин надходить до Швеції, Данії й Нідерландів. Найбільшу конкуренцію в ЄС для сортівих вин становить Чилі. Щодо доступу українських виробників на ринок ЄС, слід підсумувати, що український експорт обкладатиметься за нульовими ввізними митами на більшість вин, які не мають захищених назв (PDO/PGI).

За умов того, що українські виробники зможуть організувати логістику, пропонується також більш уважно розглядати ринок вина Китаю. Українське вино успішно експортується і має добрий потенціал. Але поки ринок Китаю для України закритий, і на даний момент поставки відбуваються лише на рівні пробних партій.



## ВИСНОВКИ

Таким чином, після проведення у кваліфікаційній роботі магістра досліджень слід зробити наступні висновки:

1. Міжнародна торгівля — це купівля-продаж товарів і послуг компаніями в різних країнах. Споживчі товари, сировина, продукти харчування та обладнання купуються та продаються на міжнародному ринку. Міжнародна торгівля дозволяє країнам розширювати свої ринки та отримувати доступ до товарів і послуг, які інакше могли б бути недоступними всередині країни. Розглядаючи функціонування зовнішньої торгівлі в економіці окремих країн, можна виявити значні відмінності в залежності від типу економіки щодо її економічного розміру та рівня економічного розвитку. Тим не менш, можна відзначити певні функції як загальнодостовірні: трансформаційна функція, тобто вплив зовнішньої торгівлі на формування рівня внутрішньоекономічної рівноваги; функція ряду, тобто виконання точки зору «економії часу» з результатом економії національна праця, беручи участь у міжнародному поділі праці; зовнішня торгівля може, за певних умов, виступати перешкодою для зростання внутрішньої економіки; взаємна взаємодія між зростанням (або спадом) національного доходу та зростання (спад) експорту.
2. Зростання міжнародної торгівлі вином є лише одним із аспектів складної еволюції світового винного сектору: відбулися глибокі зміни в географії виробництва та споживання, а також у напрямку експортних потоків. Останнім часом міжнародна торгівля вином підштовхнулася завдяки збільшенню попиту в основному в країнах Азії, які донедавна були лише незначно залучені до імпорту вина, а виробництво зростає в деяких країнах-імпортерах (Китай, Індія, Бразилія) і в країнах із значним потенціалом (Україна). У 21-му столітті, коли нові імпортери вина, що швидко розвиваються, сильно захищені тарифами та розробляють правила регулювання ринку вина (у деяких випадках навіть для захисту вітчизняної виноробної промисловості в її зародковому стані), які можуть виявитися нетарифними бар'єрами, проблема рівня та типів

бар'єрів у торгівлі набуває нового значення. Дійсно, торговельні бар'єри можуть серйозно обмежити потенціал зростання світового імпорту вина, а процеси нерівномірного скорочення можуть вплинути на конкурентні переваги постачальників. Що стосується зменшення нетарифних бар'єрів у торгівлі вином, то головною ініціативою є Всесвітня група з торгівлі вином (WWTG), яка наразі включає вісім країн, які давно беруть участь у винному бізнесі. Географічні назви, часто у формі найменувань місць походження, вже давно є важливими у торгівлі вином, зокрема, і серед 9500 брендів походження, які, за оцінками, використовуються у всьому світі, 2535 використовуються для вин.

3. Загальний міжнародний імпорт та експорт вина зростає: у 2022 році було продано 107 млн декалітрів порівняно з 60 млн у 2000 році. Понад 80% країн демонструють позитивні тенденції в імпорті вина, особливо значне зростання останнім часом спостерігалось в Канаді, Польщі та Норвегії років. Проте культові виноробні країни Франція, Італія та Іспанія залишаються трьома найбільшими світовими експортерами. Якщо у 2000 році приблизно 22 відсотки виробленого вина продавалися на міжнародному ринку, то до 2022 року ця частка зросла майже вдвічі до 42 відсотків. Це говорить про те, що фокус виноробної промисловості все більше зміщується на міжнародні ринки. Частка імпортного вина у світовому споживанні вина зросла з 25 до 45 відсотків за той же період, що свідчить про те, що смаки споживачів стали більш різноманітними на міжнародному рівні. За останні роки світовий винний ринок зіткнувся з кількома суттєвими викликами, які вплинули на діяльність усіх суб'єктів господарювання цього ринку як частини системи дистрибуції вина. Ці виклики зумовили необхідність адаптації та інновацій від усіх суб'єктів системи розподілу: виробників вина, дистриб'юторів, імпортерів, роздрібних торговців, HoReCa тощо, щоб орієнтуватися в ринковому ландшафті, що розвивається.

4. Україна має багаті традиції у виноробстві та унікальні сорти винограду, які вирізняються своєю самобутністю. Виноградарство та виноробство завжди були важливою економічною діяльністю в Україні. ареалами поширення

виноробства в Україні є південні та західні регіони, зокрема: Закарпатська область – традиційний виноробний регіон із унікальними сортами винограду та багатовіковими традиціями, Одеська область – найбільший виноробний регіон, що має сприятливий клімат для вирощування винограду, Миколаївська та Херсонська області – регіони з великими площами виноградників, орієнтованими на виробництво високоякісних вин, Запорізька область – перспективний регіон із зростаючим виноградарським потенціалом, АР Крим (до окупації) – історично важливий центр виноробства, відомий своїми унікальними умовами для вирощування винограду.

5. Кризу у виноградно-виноробній галузі спровокувала воєнна агресія РФ проти України. На галузь негативно вплинуло знищення або пошкодження виноробних підприємств, падіння попиту та реалізації виноробної продукції, стрімкий ріст імпорту виноробної продукції, подорожчання основних витратних матеріалів, порушення логістичних ланцюгів. Окрім цього, досі неврегульовані терміни розрахунку торгових мереж із постачальниками харчових продуктів та низка неефективних для розвитку галузі управлінських рішень. Оціночна ємність українського ринку вина в грошовому вираженні у 2023 році становила понад 200 млн дол США, проте цей показник все ще менший за ємність ринку до початку повномасштабного вторгнення. Зниження експорту в грошах у 2023 році порівняно з 2021 роком відбулося за рахунок збільшення частини експорту виноматеріалів, які у 2023 році склали понад 70% від загального обсягу поставок.

6. У 2023 році в Україні спостерігалось значне зростання імпорту білих вин, зокрема з Рейнгау, Долини Луари, Лаціо, Трентіно, Альто Адідже, Вельдепенас, Мадейри, Мускатель де Сетубал і Марсали. При цьому споживачі виявили інтерес до вітчизняних вин. Станом на 2023 рік, частка імпорту в натуральних показниках на українському ринку вина становить понад 50%. Ця тенденція до зростання частки імпорту є результатом зменшення виробництва внаслідок війни та скорочення кількості малих виробництв виноробної продукції. Щодо структури імпорту, у 2023 році

червоні вина становили приблизно 60% від загального обсягу імпортованого вина, що свідчить про високу популярність цього виду серед українських споживачів. Тихі вина становили найбільшу частку в структурі імпорту - 62,9%, що також свідчить про їхню популярність. Ігристі вина становили 26,4%, тоді як вермут і портвейн становили менші частки - 5,9% і 4,7% відповідно. Для імпорту ціна за літр становить 3,50 доларів США у 2023 році. Найменші обсяги експорту припали на 2022 рік (5,7 млн л на суму 8,7 тис. дол. США). У 2023 році спостерігалось значне зростання як обсягів, так і вартості експорту, досягнувши 10,7 мільйонів літрів і 8,8 тисяч доларів США. Протягом усього періоду обсяги імпорту стабільно перевищували обсяги експорту, що свідчить про залежність України від імпортних вин.

7. Слід відзначити, що українські виробники займаються вирощуванням винограду, переробкою, виробництвом і зберіганням вина. Це дозволяє контролювати якість продукції на кожному етапі виробництва, вони часто мають власні лабораторії, яка здійснюють контроль якості на кожному етапі виробництва. Українські виробники можуть запропонувати широкий асортимент продукції, це дозволяє задовольняти різноманітні смакові переваги споживачів. В Україні є достатньо висококваліфікованих спеціалістів з великим досвідом у виноробній галузі, це дозволяє забезпечити ефективне управління та якісне виробництво. Між тим в цілому українські виробники мають обмежену географічну присутність, це обмежує їхні можливості розширення та збуту на нових ринках. Хоча в Україні виробляється широкий асортимент продукції, основними продуктами є коньяки і бренді, які становлять більшу частку їхнього виробництва. Окрім того, на сьогодні недостатньою є реклама та маркетинг та обмежені ресурси для досліджень і розвитку, це може обмежувати їхню здатність до інноваційного росту та конкурентоспроможності на ринку. У деяких регіонах недостатня логістична інфраструктура для ефективного транспортування і збуту продукції. Окрім того, українські виробники на зовнішньому ринку змушені працювати у конкурентному середовищі, де конкурують багато виробників. Це може

призвести до підвищеного тиску на ціни і маржу прибутку. Серед потенційних можливостей слід відзначити розширення асортименту продукції, включаючи нові сорти вин. Це дозволить привернути більше клієнтів і задовольнити різноманітні смакові уподобання. Запровадження екологічно чистих технологій у виробничий процес може стати перевагою та дозволить отримати сертифікати якості та привернути екологічно свідомих споживачів. Українські виробники можуть покращити свої маркетингові стратегії, включаючи активнішу промоцію продукції, участь у виставках та заходах, розробку інтернет-маркетингу та рекламних кампаній. Це допоможе залучити нових клієнтів і збільшити свідомість про бренди. Шляхом встановлення партнерських відносин з імпортерами та дистриб'юторами в інших країнах, виноробні заводи можуть ефективно просувати свою продукцію за кордоном і збільшити обсяги експорту. Основні загрози можуть включати: загрози з появою нових конкурентів або посилення конкуренції з боку існуючих виробників алкогольної продукції. Це може призвести до зменшення ринкової частки і падіння прибутків. Зміни в смакових уподобаннях споживачів можуть вплинути на попит на продукцію. Зміни в законодавстві, що регулює виробництво і продаж алкогольних напоїв, можуть створити додаткові обмеження для діяльності. Наприклад, зміни в акцизному законодавстві або впровадження нових правил щодо маркування та продажу можуть вплинути на виробництво та розповсюдження продукції.

8. Основні проблеми українського виноробства пов'язані з: затяжною економічною кризою України; низькою ефективністю виноградарства; недосконалістю чинного законодавства з питань власності на землю; невисоким рівнем доходу працюючих в виноградарстві; неврахуванням при формуванні бюджетної політики об'єктивної нерівності умов відтворення сільськогосподарського виробництва порівняно з іншими галузями, що спричинено специфікою сезонного виробництва, залежністю від природно-кліматичних умов, тривалістю виробничих циклів і, відповідно, уповільненим оборотом капіталу; недостатнім рівнем державної фінансової підтримки

виноградарства та наукових досліджень в галузі; недостатнім стимулюванням впровадження інноваційних технологій та інвестицій в агропромислове виробництво; відсутністю паритетних економічних відносин між аграрним сектором і іншими галузями економіки та суб'єктами інтеграційної структури "виробник винограду - виробник вина"; недостатнім рівнем розвитку інфраструктури аграрного ринку, тінізацією та монополізацією каналів реалізації продукції; відсутністю інформаційного забезпечення з питань господарювання в ринкових умовах.

9. Для розвитку виноробної галузі важливо створити спеціальну державну програму, спрямовану на виведення виноробної галузі на новий рівень. Програма має передбачати певні кроки: визначення пріоритетів розвитку виноградарства з урахуванням регіональних та зональних особливостей удосконалення механізму державної підтримки підприємств, фізичних осіб-підприємців та селянських господарств у галузі виноградарства, а також забезпечення розвитку виноробства заходи щодо розвитку інфраструктури ринку виноробства, диверсифікації каналів збуту та забезпечення якості продукції; збільшення місткості ринку винограду та продуктів його переробки з урахуванням потреб населення, купівельної спроможності та експортних можливостей; для підвищення якості та впізнаваності української виноробної продукції необхідна співпраця науковців і практиків та пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності шляхом впровадження сучасних технологій та залучення інвестицій у виноробний сектор позитивно вплине на просування винних брендів, розширення ринків збуту та формування позитивного іміджу української продукції.

10. Щодо місткості європейського ринку слід підсумувати, що ЄС імпортує 1,1 млрд євро на рік вина в тарі місткістю 2 л або менше. Сортові вина становлять найбільшу частку імпорту і є швидкозростаючим ринком. Середні імпорتنі ціни (на умовах CIF) на сортові вина становлять 3,53 євро за літр для білих і 4,12 євро за літр для не білих сортів. Понад 50% імпорту сортових вин надходить до Швеції, Данії й Нідерландів. Найвищі ціни на імпорт

сплачуються у Франції. Найбільшу конкуренцію в ЄС для сортових вин становить Чилі (на неї припадає 20-25% імпорту в ЄС). Щодо доступу українських виробників на ринок ЄС, слід підсумувати, що український експорт обкладатиметься за нульовими ввізними митами на більшість вин, які не мають захищених назв (PDO/PGI). Вино може перетинати будь-який прикордонний пост ЄС, але для зменшення ризику перевірки потрібна повна документація. На кожну вантажівку/контейнер необхідно мати сертифікат VI-1, виданий ДП «Державний центр сертифікації та експертизи сільськогосподарської продукції».

11. За умов того, що українські виробники зможуть організувати логістику, пропонується також більш уважно розглядати ринок вина Китаю. Українське вино успішно експортується і має добрий потенціал. Але поки ринок Китаю для України закритий, і на даний момент поставки відбуваються лише на рівні пробних партій. За даними Міжнародної організації винограду та вина (OIV), Китай стане другим за величиною ринком імпорту вина у світі, випередивши Великобританію. Наразі КНР посідає четверте місце – після США, Великобританії та Франції. Але, згідно з прогнозами, протягом найближчих трьох років продажі вина в Китаї зростуть майже на 40%, сягнувши 21 млрд дол. США.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Rajan R. Aid, Dutch Disease, and Manufacturing Growth. *Journal of Development Economics*. Elsevier. 2011. Vol. 94(1). P. 106–118.
2. Herzer D. What does export diversification do for growth? An econometric analysis. *Applied economics*. 2006. № 38. –P. 1825–1838
3. Douglas I. A. *Free Trade under Fire* (Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 2009. 3rd ed.
4. Baldwin R. E. *The Development and Testing of Heckscher-Ohlin Trade Models: A Review*, 2008, Cambridge, Massachusetts: MIT Press
5. Дергачова В.В., Кузнєцова К.О., Манаєнко І.М. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2020. 424 с
6. Міжнародна торгівельна діяльність: підручник / В.В. Рокоча, В.Г. Алькема та ін. – К.: ВНЗ «Університет економіки та права КРОК», 2018. 698 с.
7. Kym A. & Signe N. *Wine's Globalization: New Opportunities, New Challenges*. Wine Economics Research Centre Working Papers. 2011. University of Adelaide, Wine Economics Research Centre.
8. Anderson K, Nelgen S, Pinilla V. Authors' preface. In: *Global Wine Markets, 1860 to 2016: A Statistical Compendium*. The University of Adelaide Press. 2018
9. Is the wto a world tax organization? A primer on wto rules for tax policymakers. March 2016. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/tnm/2016/tnm1602.pdf>
10. Anderson K. Excise and import taxes on wine versus beer and spirits: an international comparison. *Economic Papers*, 29 (2), 2010, pp. 215-228
11. Data Blog by the WTO Secretariat. Trade in wine and vine products on the rise. 20 October 2023. URL: [https://www.wto.org/english/blogs\\_e/data\\_blog\\_e/blog\\_dta\\_20oct23\\_e.htm](https://www.wto.org/english/blogs_e/data_blog_e/blog_dta_20oct23_e.htm)
12. Trade in wine and vine products on the rise. 20 October 2023. URL: [https://www.wto.org/english/blogs\\_e/data\\_blog\\_e/blog\\_dta\\_20oct23\\_e.htm](https://www.wto.org/english/blogs_e/data_blog_e/blog_dta_20oct23_e.htm)



13. Prasada, D.V.P. Agriculture and Economic Development. In: Weerahewa, J., Jacque, A. (eds) Agricultural Policy Analysis. Springer, 2022, Singapore. URL: [https://doi.org/10.1007/978-981-16-3284-6\\_3](https://doi.org/10.1007/978-981-16-3284-6_3)
14. Imports, exports and global trade in today's wine business 2022. URL: <https://www.hillebrandgori.com/media/publication/imports-exports-wine-industry>
15. Wine exports in 2022 hit record low for last ten years. URL: [https://www.ipn.md/index.php/en/wine-exports-in-2022-hit-record-low-for-last-ten-7966\\_1096109.html](https://www.ipn.md/index.php/en/wine-exports-in-2022-hit-record-low-for-last-ten-7966_1096109.html)
16. Keco R., Kapaj I., Mulliri J., Tomorri I. Key factors in the development of the wine industry in Albania. International Journal of Economics, Commerce & Management, Vol. VI, Issue 6, June 2018. URL: <https://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2018/06/6619.pdf>
17. Сім ключових тенденцій, які формуватимуть світову виноробну індустрію у 2024 році. IWSR оцінює показники та перспективи світового ринку вина. URL: <https://www.theiwsr.com/seven-key-trends-that-will-shape-the-global-wine-industry-in-2024>
18. Дохід від електронної комерції виноробної промисловості в Європі 2017–2029. URL: <https://www.statista.com/forecasts/1420316/europe-wine-ecommerce-market-size>
19. Стан світового виноградарства та винного сектору 2023 за даними Міжнародної організації винограду та вина. URL: <https://www.oiv.int/>
20. Лупенко Ю. О. Сучасні тенденції розвитку ринку продукції виноградарства в Україні. Виноградарство і виноробство: міжвідомчий тематичний науковий збірник. Одеса : ННЦ «ІВіВ ім. В. Є. Таїрова», 2015. Вип. 52. С. 119–122
21. Цимбалюк К. А. Виноградарсько-виноробна галузь – стан та проблемні питання розвитку в Україні. Інтелект XXI. 2018. № 1. С. 145–150.
22. Виноградарські та винні регіони України: стан і перспективи. Журнал «Напої. Технології та Інновації». 02.05.2024. URL:

<https://techdrinks.info/vynogradarski-ta-vynni-regiony-ukrayiny-stand-i-perspektyvy/>

23. Беженар І. Сучасний стан і перспективи розвитку виноробної промисловості в Україні: виклики воєнного стану, євроінтеграція. Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін: Збірник наукових праць VII Всеукраїнської науково-практичної конференції. 31 жовтня 2024 р., м. Полтава, Полтавський державний аграрний університет. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 25-27

24. Мапа виноробень України. URL: <https://theheartofwine.com/map-of-ukrainian-wineries/>

25. Аналіз ринку вина в Україні. 2022 рік. URL: <https://proconsulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-vina-v-ukraine-2022-god>

26. Аналіз ринку вина в Україні, 2021-2023 рр. URL: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/analiz-rinku-vina-v-ukrayini>

27. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

28. Зайченко К. С., Болховська А. П. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку алкогольних напоїв в Україні. Економіка, управління та адміністрування. 2023. № 2 (104). С. 101-109

29. Wines of Ukraine на PROWEIN 2024: досягнення, розвиток, нові перспективи. URL: <https://drinks.ua/news/wines-of-ukraine-na-prowein-2024-dosjagnennja-rozvitoknovi-perspektivi/>

30. Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки». URL: <http://www.iae.org.ua/>

31. Between Barcelona and Ochakiv: How an IT specialist became a winemaker. The story of Beykush Winery. (2021). URL: <https://nikvesti.com.ua/articles/234084>

32. Discussion of Ukraine's wine industry in 2022 and plans for 2023. (2023). URL: <https://www.ukrsadvinprom.com/novyny/novyny-haluzi-obgovorennja-vinorobnoji-galuzi-ukrajini-u-2022-rotsi-ta-plani-na-2023-rik>

33. Ukraine needs a state program for the development of wine production. URL: <https://pryluky.org/2023/04/09/ukrayini-potribna-derzhavna-programa>

34. Wine among mines and rockets. URL: [https://zaxid.net/vino\\_popri\\_viynu\\_n1573526](https://zaxid.net/vino_popri_viynu_n1573526)
35. Topov, A. State support as a basis for the development of the viticulture and wine subcomplex. *Ekonomika APK*, 2017, 24(2), 49-53
36. Development of viticulture in Odesa region – will Ukrainians have wine. URL: <https://odesa.novyny.live/rozvitok-vinogradarstva-na-odeshchini-chi-budut-ukrayintsi-z-vinom-131062.html>.
37. Kirillova, O. Development of the viticulture industry in Ukraine. *Ekonomika APK*, 2015, 22(5), 39-43.
38. Ринок вина в Україні під час війни. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-vina-v-ukraine-vo-vremya-voyny>
39. НАКАЗ від 21.07.2008 N 443/73. Про схвалення Концепції галузевої Програми розвитку садівництва України на період до 2025 року і Концепції галузевої Програми розвитку виноградарства та виноробства України на період до 2025 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0443555-08#Text>
40. Grants for horticulture, berry growing, and viticulture. URL: <https://minagro.gov.ua/pidtrimka/hranty-dlia-stvorennia-biznesu/hranty-dlia-sadivnytstva-iahidnytstva-ta-vynohradarstva>.
41. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України щодо розвитку виробництва виноробної продукції та спрощення господарської діяльності малих виробництв виноробної продукції». Відомості Верховної Ради (ВВР), 2023, № 89, ст.338. URL: <https://document.vobu.ua/doc/21523>
42. Давиденко Є. Більше крафтових вин: в Україні вирішили стимулювати виноробство. Фокус, 25 серпня 2023. URL: <https://focus.ua/uk/economics/588177-bilshe-kraftovih-vin-v-ukrajini-virishili-stimulyuvati-vinorobstvo>
43. Проект Закону про виноград та продукти виноградарства (Євроінтеграційний) № 9139 від 22.03.2023. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/41624>

44. Виноградарі та винороби Одещини отримають грошову підтримку. Укрінформ. 06.03.2023.
45. Wines of Ukraine at ProWein 2023: A new start for Ukrainian wine production. URL: <https://uwines.com.ua/news/wines-of-ukraine-na-prowein-2023-novyj-start-dlya-ukrayinskogo-vynorobstva/>.
46. Тодорюк О. Система дистрибуції вина в Україні: основні принципи та особливості формування. Економіка та суспільство, 2024, (64). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-161>
47. EU4Business: відновлення, конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП Просування українського виноробного сектору на ринку ЄС. Практичний посібник з експорту вина до Європейського Союзу. URL: [https://investincherkasyregion.gov.ua/sites/default/files/winemanual\\_ukr\\_final\\_2024\\_july8\\_compres.pdf](https://investincherkasyregion.gov.ua/sites/default/files/winemanual_ukr_final_2024_july8_compres.pdf)
48. Лисенко В. Винний експорт: як підкорити Китай. URL: <https://mind.ua/openmind/20170938-vinnij-eksport-yak-pidkoriti-kitaj>