

**ДИНАМІКА РИНКУ ГРИСТИХ ВИН В УКРАЇНІ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ**

Сучасний ринок виноробної продукції загалом знаходиться на перетинанні двох напрямків: з одного боку активно обговорюється тема економічної інтеграції України до зони вільної торгівлі з ЄС або можливість приєднання України до Митного союзу Росії, Казахстану і Білорусії. З іншого боку, ринок вина все ще перебуває під впливом всесвітньої фінансової й економічної кризи, яка обумовила значні структурні і кількісні зміни на ринку гристих вин України. В останні роки цей ринок демонстрував стабільне зростання, однак погіршення економічної ситуації в другій половині 2008 р. внесло свої корективи - обсяг виробництва гристого вина в Україні знизився, зменшилися, відповідно, обсяги експорту і поставки імпортного вина в Україну. Крім того, девальвація національної валюти спричинила зростання вартості гристого вина.

Питанням гармонізації зв'язків «держава - виробник», «виробник - споживач» у сфері виробництва продукції виноробства, а також прискоренню визнання України, як світового виробника якісного вина, присвячена велика кількість сучасних статей, як у періодичних виданнях (Н. Тимошенко, М. Дикаленко, Е. Московчук та ін.), де в переважній більшості розглядаються питання внутрішніх виробничих потужності підприємств-виробників, так і в працях сучасних вчених - виноградарів (І. Доскоч, В. Пономорев, Я. Павленко, С. Петренко та ін.), які намагаються розглянути певні концепції сучасного ринку гристих вин та розробити стратегії росту галузі. Так, М. Дикаленко і Е. Московчук у своїх працях базуються на оптимістичних прогнозах українських виробників вина в умовах перспективного послаблення впливу кризи: «якщо вже вдалося наростити обсяги виробництва і продажів в період гострої фази кризи, те немає передумов для припинення в 2010 р. росту ринку» [4, с. 63]. У той же час Я. Павленко стверджує: «На жаль, на сьогоднішній день процвітання виноробної галузі - це заслуга самих виноробів. Ті правила гри, які пропонує нам держава, тільки заважають її розвитку» [1, с. 22]. В. Пономарів відзначає, що підвищення ставок акцизного збору на вино провокує негативну динаміку розвитку виноградарської й виноробної галузей [3, с. 28]. Сучасні вчені досить полярно ставляться до існуючій динаміки в галузі, та наполягають на необхідності глобальної підтримки держави в питаннях розвитку в умовах «зовнішньої невизначеності». Однак незважаючи на розмаїтість підходів до оцінки загальних тенденцій на ринку виноробної продукції загалом і на ринку гристих вин, зокрема, проблеми визначення причин негативних явищ і розробки стратегій з їх усунення залишаються актуальними й вимагають подальшого поглибленого дослідження.

Ціль статті полягає у всебічному аналізі сучасних тенденцій на ринку гристих вин, глибинній оцінці причин негативних явищ і розробці комплексу заходів щодо гармонізації взаємин у процесі виробництва й реалізації гристих вин в Україні.

В останні роки світовий ринок гристих вин стає більше різноманітним, а конкуренція на ньому продовжує підсилюватися. Вказана тенденція обумовлена, у першу чергу, зміною пріоритетів споживання покупців - європейські вина всі частіше поступаються у категорії «ціна-якість» виробникам вин - країнам Нового Світу. Основний дисбаланс викликаний тим, що вина, вироблені в Чилі, Аргентині й ПАР, пропонуються за більш низькою вартістю, що обумовлено можливістю залучення в цих країнах дешевої робочої сили й сприятливими природно-кліматичними умовами для вирощання виноградників. Так, наприклад, сума активних температур у ПАР вище, ніж в Італії, а кількість опадів більше, ніж в Англії. Проте, смакові пріоритети європейських споживачів всі частіше змінюються у бік гристого вина, що викликано прихильністю традиціям і високою культурою споживання алкогольних напоїв (табл. 1) [3, с. 28].

За даними Міжпрофесійного комітету вин Шампані (Comite Interprofessionnel du vin de Champagne - CIVC) за перші шість місяців 2009 р. загальносвітовий продаж шампанського знизився на 45% у вартісному вираженні і на 41% - у кількісному [1, с. 24].

Зокрема, у США продаж впав на 42,8%, у Великобританії - на 32%, у Франції - на 6,6%, в інших країнах - на 35,8%. За даними маркетингової компанії Nielsen, у США продаж гристих вин, здебільшого вироблених в Італії й Іспанії, збільшилась на 10%. При цьому максимальний попит на гристі вина спостерігається у Франції (54,7%), Великобританія споживає 12,5% від світового ринку гристих вин і тільки 27,3% припадає на інші країни світу.

Переваги алкогольної продукції в різних країнах миру  
(за результатами опитування, % від загального числа опитаних)

	Пиво	Гристе вино або шампанське	Лікер	Міцний алкоголь	Коктейль	Не відповіли
Усього	36	33	4	16	9	1
Європа	36	40	5	9	7	2
Західна Європа	34	43	6	9	8	-
Бельгія	35	50	6	4	5	1
Франція	16	50	12	14	8	-
Германія	48	39	4	2	7	-
Греція	33	35	3	21	7	-
Італія	25	62	3	5	5	-
Нідерланди	32	44	8	5	12	-
Португалія	47	38	5	8	2	-
Іспанія	49	24	4	15	8	-
Швеція	40	39	2	8	8	2
Швейцарія	23	62	1	6	5	2
Великобританія	27	38	5	14	10	6
Центральна й Східна Європа	50	22	4	10	6	7
Чеська республіка	51	34	3	4	8	-
Угорщина	45	35	5	7	5	2
Польща	51	15	5	12	6	11
Росія	35	30	4	30	2	-
Туреччина	65	5	0	10	20	-
США	37	28	3	10	22	-

Базуючись на загальні статистичні дані світовий попит на шампанське може бути представлено за допомогою діаграми (рис. 1).

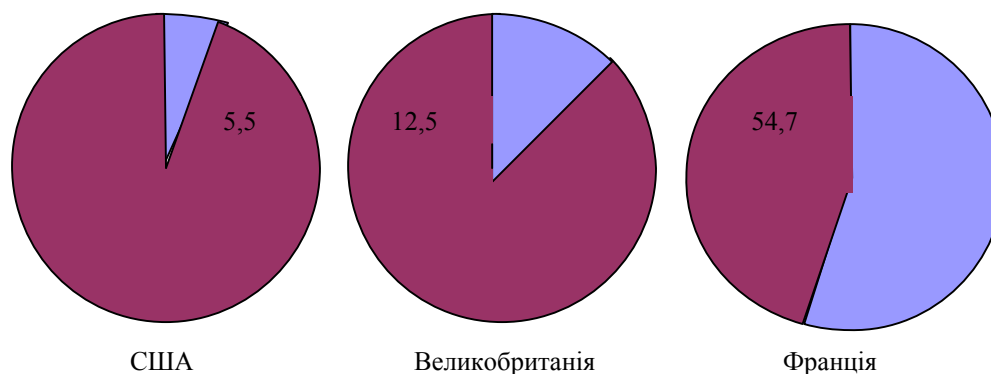


Рис. 1. Попит на шампанське в 2000 - 2009 рр. (частка від світового ринку,%)

Загальні світові тенденції, безумовно, відобразилися на діяльності великих виробників шампанського в Україні. Треба зазначити, що ринок гристих вин один з перших на продовольчому ринку України відчув вплив економічної кризи.

За даними Держкомстату України, за три квартали 2009 р. виробництво гристих вин в Україні скоротилося в порівнянні з аналогічним періодом 2008 р., приблизно на 6% і склало близько 3,5 млн. дал. [2, с. 352] (рис. 2).

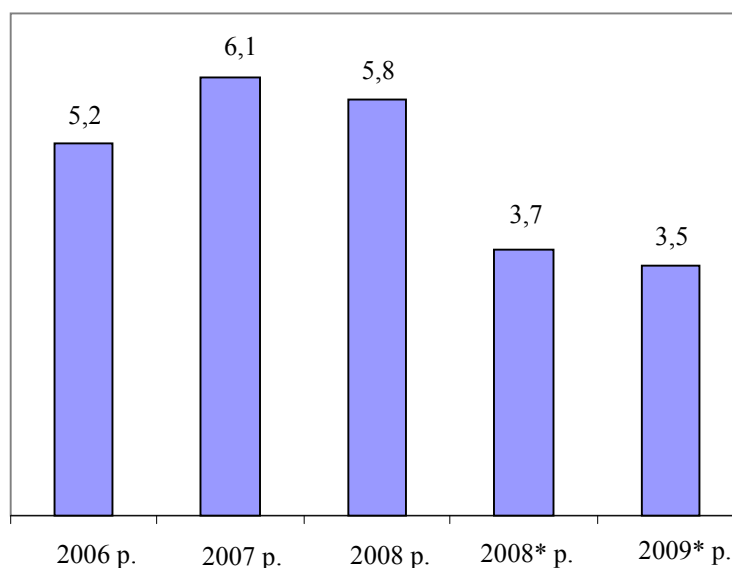


Рис. 2. Виробництво шампанських і гристих вин в Україні, млн. дав.  
(\* - виробництво за січень-вересень)

Зокрема, основні виробники гристих і шампанських вин в Україні в складній кризовій ситуації намагаються зберегти устояні тенденції (табл. 1) [3, с. 28].

Таблиця 1

## Динаміка виробництва виноробної продукції в Україні за 9 місяців 2009 р.

Виробництво вина «Шампанське», тис. дал.			
Підприємство	січень-вересень 2009 р.	січень-вересень 2008 р.	% до 2008 р.
1. Харківський завод шампанських вин, ДП	762,9	646,0	118,1
2. Київський завод шампанських вин Столичний, ЗАТ	566,4	717,0	79,0
3. Одесавинпром, ЗАТ	268,8	273,0	98,5
4. Одеський завод шампанських вин, ЗАТ	242,5	372,0	65,2
5. Агрофірма Золота Балка, ТОВ	205,2	191,0	107,4
6. Севастопольський винзавод, ДП	171,0	119,0	143,7
7. Одеський коньячний завод, ЗАТ	153,3	122,0	125,7
8. Кримський винний дім, ДП	75,2	34,0	221,2
9. Нива, ТОВ НПП	59,8	9,0	664,4
10. Завод шампанських вин Новий Світ	51,3	56,3	91,1
11. Черкаський лікєро-горілчаний завод, ТОВ	13,8	31,7	43,5
Загалом по Україні	2570,2	2571,0	99,96
Виробництво вин гристих, крім вина «Шампанське», тис. дал.			
Підприємство	січень-вересень 2009 р.	січень-вересень 2008 р.	% до 2008 р.
1. ЗАТ «АЗШВ «Artyomovsk Winery»	639,0	671,0	95,2
2. Севастопольський винзавод	100,2	203,0	49,4
3. Вина Лівадії, ТОВ	62,6	78,0	80,3
4. Одесавинпром, ЗАТ	48,0	52,0	92,3
5. Кримський винний дім	34,0	72,4	50,0
6. Завод шампанських вин Новий Світ	31,1	30,7	101,3
7. Одеський завод шампанських вин, ЗАТ	21,3	29,0	73,4
8. Харківський завод шампанських вин, ДП	3,2	4,0	80,0
Загалом по Україні	939,4	1140,1	82,4

При цьому великі виробники нарощують темпи, і в 2009 р. виробництво шампанського збільшилось у порівнянні з даними 2008 р. (табл. 1).

Необхідно зазначити, на ринку тихих вин спостерігається зворотна тенденція - зростання виробництва за період 2008-2009 рр. склало приблизно 8% (17 млн.дал.), що пояснюється зміною частки ринку гристих і шампанських вин в Україні, оскільки останні відносяться до сегменту дорогих напоїв, а в кризовий час переваги покупців просто змістилися у бік більш низьких за ціною тихих вин. Відомо також, що шампанське не відноситься до категорії, що включається до складу споживчого

кошика, відповідно, попит на цей продукт не постійний і значною мірою обумовлений коливаннями платоспроможності населення.

Загалом, сучасна структура пропозиції гристих вин у меншій мері тяжіє до шампанського (рис. 3) [4,с.62].

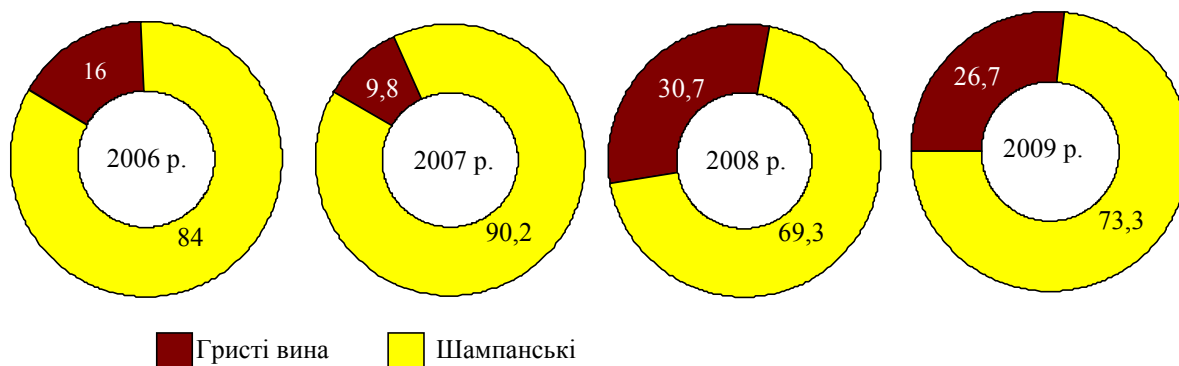


Рис. 3. Структура пропозиції гристих вин в Україні, %

Так, в 2009 р. співвідношення «шампанське / грите вино» склало 2,75, у той час як в 2008 р. цей же показник становив 2,26. Цей факт пояснюється тим, що українські підприємства здійснюють поступовий перехід від традиційної назви «Шампанське» до «Вино грите», що обумовлено інтеграцією у світовий ринок. При цьому відповідно до змін, внесених до Закону «Про виноград і виноградне вино», всі українські підприємства зобов'язані використовувати для типажних вин (контрольованих за типом) назву «Шампанське України» при поставках на внутрішній ринок, а при експорті, відповідно, використовувати визначення «Вино грите». Багато підприємств повністю відмовилися від використання старого формулювання на користь гристих вин, що й обумовило загальну тенденцію збільшення відсотка представленості останніх.

Частка імпортного вина в Україні не перевищує 3% [3, с. 29]. Основу становить грите вино з Молдови в сегменті «середній», а також з Італії, Грузії й Франції в сегменті «преміум і суперпреміум» (рис. 4).

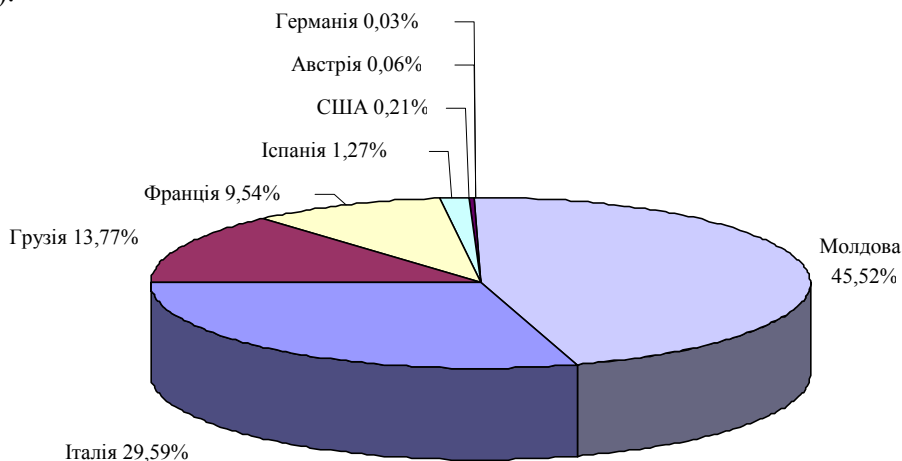


Рис. 4. Імпорт гристого вина по країнах, 2008 р.

В 2008 р., після приєднання України до ВТО, збільшення обсягів гристого вина склало 23% відносно до 2007 р. При цьому поставки імпортного гристого вина в 2009 р. знизилися через роздрібну вартість продукту (менш за 50 гривень) за пляшку, хоча суперпреміальних позицій цей факт торкнувся меншою мірою.

Щодо експортних поставок українського шампанського, то вони мають досить широкую географію - США, країни Європи, СНД. Однак основним партнером залишається Росія. При цьому частка України на ринку Росії склала 30,9% у натуральному вираженні і 14, 61% у грошовому. Найбільшими українськими постачальниками шампанського в Росію стали ХЗШВ і Artyomovsk Winery із частками 19,79% і 5,35% в натуральному і грошовому вираженні відповідно. Представлені на цьому ринку і такі українські компанії, як ДП «Завод шампанських вин «Новий Світ», ДП «Севастопольський винзавод» та інші [3, с.29].

Однак необхідно відзначити, що у довгостроковій перспективі зміцнити і значно розширити географію перебування на світовому ринку виробникам шампанського поки ще не вдасться. Це пояснюється тим, що до 1984 р. в Україні висаджувалися комплексно стійкі сорти винограду, придатні до культивування на міжнародному ринку. Пізніше протягом 20 рр. виноградники не висаджувалися, а з 2004 р. було здійснене висадження 3,5 тис. га виноградників [1, с. 25]. Відповідно, протягом наступних 5-7 років перспектива експорту, успішного в кількісному і якісному вираженні, практична відсутня.

Додаткову нестабільність ринку гристих вин в Україні забезпечують наступні тенденції. У структурі споживання гристого вина значно збільшується частка брютів (у Європі в цей час це найпопулярніший сорт гристого), однак для виробництва цього вина потрібно дуже складна технологія і висока майстерність шампаніста. Крім того, Україна не має у своєму розпорядженні достатній обсяг сировини для виробництва високоякісного брюту і, відповідно, не готова до масової і різкої зміни смаків споживача. Внаслідок зниження доходів населення, відбулося зростання попиту на гристе вино середнього і нижче середнього сегмента, що змусило виробників відновити випуск «бюджетного» шампанського. Додатковий вплив на зміну динаміки продажу гристого вина зробила акцизна політика держави. З 1 липня 2009 р. ставки акцизу збільшилися з 1,6 грн./л до 2,5 грн./л. [4, с.64], що спричинило збільшення оподаткування й, як результат, зростання відпускних цін на продукцію.

В цілому, популяризація нових видів гристого вина планується за рахунок розливу продукції в маленькі пляшки. Це, з одного боку, залучить додаткову кількість молоді до споживання якісного продукту, з іншого боку - надасть можливість спробувати кілька різних сортів напою за один вечір (наприклад, у ресторані під різні блюда).

Ще один перспективний напрямок розвитку сегменту гристих вин в Україні - продаж кошерних вин, вироблених за особливою технологією. Виноград для цього вина збирається з кущів не молодших за 4 роки. Для кошерних вин діє закон семирічного циклу – кожен сьомий рік виноградник не повинен оброблятися. Виробництвом цього вина займаються виключно іудеї, які споживають виключно кошерну їжу. Актуальність цього напрямку обумовлена наявністю постійного попиту на вина цього сорту.

Ринок гристих вин не є ізольованою зоною виробництва й споживання, а являє собою динамічний сегмент виноробної галузі. Відповідно, зміни, що відбуваються в ньому, є відображенням загальних деструктивних процесів виноробства й вимагають негайної реакції, як з боку держави, так і з боку виробників. Зокрема, постійна зміна законодавства не дає можливості перманентного розвитку галузі, внаслідок чого назріває необхідність його удосконалення з орієнтацією на побажання виноградарів і виноробів. Багато експертів відзначають необхідність поновлення членства в Міжнародній організації виноградарів і винобарів (МОВВ), що дозволить підсилити співробітництво з європейськими колегами, а також полегшити взаємний обмін досвідом між фахівцями.

Постійна зміна ставок акцизного збору тягне зростання вартості на продукцію виноробства і призводить до перерозподілу ринку на користь міцного алкоголю і, як результат, до алкоголізації нації.

У перспективі намічається приєднання України до зони вільної торгівлі з ЄС, у зв'язку із чим, необхідно чітко визначення умов подальшої взаємодії для обох сторін, оскільки це незаперечно позначиться на функціонуванні цілих галузей. Саме тут постає питання вибору між зоною вільної торгівлі і Митного союзу Росії, Казахстану та Білорусії. Цей вибір має бути обумовлений не тільки політичними перевагами, але стати наслідком дуже складної аналітичної праці, яка відобразить економічний потенціал країни і перспективи його подальшого розвитку.

Необхідно також розглянути питання щодо приватизації усіх підприємств алкогольної галузі. Це буде сприяти наповненню бюджету й дасть поштовх до нового розвитку галузі. Крім того, потрібно вирішити питання щодо приватизації сільськогосподарських земель, це надасть бізнесу нові можливості для розвитку в аграрному секторі в цілому, і виноробстві зокрема.

Незважаючи на існуючу нестабільність ринку, виробники вина намагаються підтримувати збалансованість виробництва продукту. У складних кризових умовах виживуть тільки компанії, які матимуть чітку стратегію і будуть досить гнучкі задля переорієнтації власних виробничих пріоритетів у бік переваг споживачів та матимуть додаткові інновації для зміцнення власних брендів.

#### Література

1. Тимошенко Н. Виноградные шахматы / Н. Тимошенко // Акциз. - 2010. - №1-2. - С. 22 - 25.
2. Україна в цифрах, 2008: Статистичний щорічник / за ред. В.І. Колесник. - К.: Держкомстат України, 2009. - 689 с.
3. Воронина О. Самый игристый рынок / О. Воронина // Галерея напитков. - 2009. - №4. - С. 22-29.
4. Дикаленко М. Доигрались / М. Дикаленко, Э. Московчук // Бизнес. - 2009. - №51-52. - С. 62-66.

*Рецензент докт. экон. наук, профессор А.М. Клейменов*