

11. W. A. Razzak and Richard Dennis. The output gap using the Hodrick-Prescott filter with a non-constant smoothing parameter: an application to New Zealand. - 1990. - 10 p.
12. Yossi Yakhin. Business Cycle Fluctuations and the Hodrick-Prescott Filter. Department of Economics. Ben-Gurion University. - 5 p.
13. Bureau of Economic Analysis. US Department of Commerce [Електронний ресурс]. –Режим доступу : <http://www.bea.gov/national/index/htm#gdp>
14. Статистичні дані щодо показників реального сектору економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=57896
15. Савченко Т. Г. Монетарні правила: досвід розробки та застосування / Т. Г. Савченко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Харків : Харківський інститут банківської справи Університету банківської справи НБУ, 2011. – Вип. 2 (11). – С.11 -19
16. Taylor, John B. Discretion versus policy rules in practice // Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy. - 1993. – N 39. – P.195-214.
17. Taylor, John B. A Historical Analysis of Monetary Policy Rules [Електронний ресурс] // University of Chicago Press, January 1999. - Режим доступу: <http://www.nber.org/chapters/c7419>

Надійшла до редакції 20 грудня 2011 р.

ДК 634.8:663.2

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВИНОГРАДНОГО ВИНА

А. А. Бревнов, канд. экон. наук, ст. научный сотрудник;

Н. В. Яблонская, канд. экон. наук, доцент,*

Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований

НАН Украины, г. Одесса;

**Одесская национальная академия пищевых технологий, г. Одесса*

Анализ рынка виноградного вина в Украине показал, что тенденции потребления вина в нашей стране противоположны общемировым. Так, Великобритания, Китай, Япония примерно на треть увеличили потребление виноградного вина. Украина, наоборот, с 80-х годов XX ст. сократила потребление этого напитка примерно в 4 раза. Потребление вина в Украине ниже, чем в европейских странах в 6 - 9 раз.

Проблемами, повлиявшими на снижение эффективности производства и потребления вина, являются дефицит сырьевых ресурсов, негативные последствия приватизации, недостатки организации объединения производства в общей структуре.

Для повышения устойчивости развития и конкурентоспособности деятельности винодельческих предприятий предложены меры по снижению дефицита сырья и организация производства и продажи вина в интеграционной структуре, включающей производителей винограда, вина, транспортников, торговцев и тарные предприятия.

Ключевые слова: *рынок, винодельческая отрасль, интеграция предприятий.*

В условиях интенсивного развития мирового рынка винодельческой продукции увеличения потребления вина и усиления конкуренции со стороны новых винных стран особое значение приобретает рассмотрение его тенденций функционирования.

Анализ современных трендов развития показал, что начиная с 2000 года в мире наблюдается устойчивая тенденция к росту потребления натурального виноградного вина [1]. Так, в Великобритании только на первые пять лет XXI века было запланировано увеличение потребления виноградного вина на 30 %. Даже Китай, где в культуре народа и специфике его питания отсутствовали традиции потребления вина, запланировал его активное употребление, для этого он снизил таможенные пошлины на импортируемые вина с 65 до 14 %. Открылся огромный рынок с численностью потенциальных покупателей более 1,3 млрд. человек.

Тенденция потребления виноградного вина в Украине противоположна общемировой. Если в начале 80-х годов прошлого века объем производства таких вин в Украине приближался к 55 млн декалитров и потребление на 1 человека составляло около 15 л в год, то к 2010 году было произведено и, следовательно, потреблено около 29 млн декалитров или около 7 литров на человека (табл. 1). Сравнивая с уровнем потребления вина во Франции, Италии, Испании, где на человека приходится 55 - 60 л, - это чрезвычайно мало.

Проблемам формирования и развития рынка виноградного вина посвящен целый ряд трудов ведущих ученых и исследователей: Авидзба А., Бузни А., Буркинского Б., Гаркуша О., Додонова С., Домарецкого В., Ермакова О., Корнийчука В., Шольц-Куликова Е. Однако динамические изменения экономической ситуации в стране свидетельствуют о необходимости дальнейшего изучения и поиска путей решения проблем, сдерживающих развитие винодельческих предприятий.

Сказанное обуславливает **актуальность темы** настоящей статьи.

Таблица 1 - Производство винограда и виноградного вина в Украине [3]

Год	Площадь виноградников, тыс. га	Урожайность, тонн/га	Валовой сбор винограда, тыс. тонн	Объем производства виноградного вина, млн дал.	Объем производства шампанского, млн дал.
1913	54	1,72	79,0	-	-
1940	103	2,18	161,0	5,1	0,10
1950	76	1,31	66,0	3,2	0,02
1960	397	3,43	423,0	20,2	1,00
1970	287	3,76	904,0	65,0	2,10
1975	275	5,91	1187,0	55,9	2,90
1980	248	4,93	886,0	54,6	3,60
1985	209	3,21	430,1	48,8	3,90
1990	176	5,83	835,7	27,2	3,70
1995	155	3,32	457,3	13,8	4,80
1996	148	3,71	498,4	12,0	5,20
1997	139	2,60	319,0	9,9	5,60
1998	126	2,40	269,8	7,7	4,90
1999	116	2,92	306,3	8,6	3,90
2000	110	5,17	513,8	9,5	3,40
2001	105	3,54	335,8	14,3	3,50
2002	103	3,94	359,3	20,8	3,50
2003	87	5,90	504,9	15,3	3,30
2004	85	3,01	212,3	15,4	4,00
2005	80	3,10	220,0	16,4	4,40
2006	76	3,97	300,9	17,1	4,50
2007	71	5,05	360,0	19,5	4,50
2008	71	5,86	415,2	21,0	4,00
2009	71	6,60	469,0	23,1	4,20
2010	72	5,60	408,0	29,1	4,10

Целью данной статьи является выявление проблем и разработка направлений, способствующих развитию украинского рынка виноградного вина.

Достижение цели потребовало решения следующих задач:

- анализа современного состояния рынка виноградного вина;
- выявления проблем, сдерживающих развитие рынка виноградного вина;
- анализа экспорта и импорта виноградных вин;
- разработки направлений развития отечественного рынка виноградного вина и повышения его конкурентоспособности на мировых рынках в связи со вступлением Украины во Всемирную торговую организацию и отменой таможенных пошлин.

В настоящее время емкость украинского рынка виноградного вина оценивается специалистами в 25 - 30 млн дал, с учетом продукции местного производства, импорта и различных фальсификатов. Принимая цену 1 литра вина за 20 гривен¹ можем сказать, что емкость рынка составляет 5,0 - 6,0 млрд гривен. Анализ рынка показал, что на внутреннем рынке действует более 1 тыс. операторов оптовой торговли и около 100 тыс. продавцов розничной продажи вина.

Из 300 производителей виноградного и плодово-ягодного вина [2], имеющих лицензии Государственного департамента продовольствия Министерства аграрной политики, реально работает, примерно, половина. Но эта половина выпускает свыше 700 наименований только виноградных вин.

Рост объемов производства виноградного вина за последние 10 лет эксперты связывают:

- с завершением первичного передела рынка крепкого алкоголя и серьезным увеличением инвестиций в винодельческую отрасль;
- с созданием первых отечественных «вино-водочных конгломератов», вышедших на рынок со значительными товарными объемами и солидными рекламными бюджетами;
- с частичной легализацией теневого сектора виноделия и виноторговли;
- с изменением структуры потребления алкоголя.

Современный уровень производства виноградного вина (табл. 1) значительно выше запланированного в действующей «Программе развития виноградарства и виноделия Украины до 2025 года» (табл. 2) [3].

Таблица 2 - Прогнозируемый объем производства винограда и винопродукции на период до 2025 года

Наименование продукции	2010	2015	2020	2025
Виноград столовых сортов, тис. т	57,6	97,7	157,5	219,3
Виноград технических сортов, тис. т	281,1	397,1	536,9	748,5
Вино виноградное, тис. Дал.	8066	9800	11926	14492
Вина игристые, тис. дал.	4465	5420	6596	8017
Коньяк, тис. дал.	1998	2462	3049	3775

Результаты маркетинговых исследований ведущих операторов рынка показывают, что в последние два - три года потребление крепленых и

¹ Данные форм финансовой отчетности ведущих винодельческих предприятий: ТОВ «ПТК Шабо», ПрАТ «Одесавинпром» та ПрАТ «Одеський завод шампанських вин»

десертных вин уменьшилось, зато растет доля сухих и полусладких [1]. Именно данная категория на сегодняшний день наиболее популярна и коммерчески успешна. Итак, на данный момент в количественном выражении структура вкусовых предпочтений украинских потребителей выглядит так: до 55 % занимают крепленые вина, до 35% - полусладкие, оставшаяся часть – около 10 %, занимают сухие и полусухие вина. Однако, несмотря на такой дисбаланс, многие производители в последнее время расширяют собственные производства полусухих и сухих вин. Мы стали свидетелями того, как за счет этих групп (особенно первой) увеличился ассортиментный ряд у самых прогрессивных операторов: «Коблево», «Массандра», «Коктебеля», «Инкермана», «Золотой Амфоры», «Винодела».

Распределение объемов продаж в Украине по ценовым сегментам показало, что в больших магазинах розничной продажи наибольшим спросом пользуются вина, продающиеся по 25 - 35 грн/л. Они обеспечивают более половины общего объема продаж. Второе место занимает средний ценовой сегмент (35 -50 грн./л), однако именно он, по мнению операторов, более перспективен.

Одной из ключевых тенденций развития рынка алкогольных напитков являются демографические процессы:

- 1) «поколение тяжелого алкоголя» (люди старше 45 лет) активно снижают потребление всех видов алкоголя в силу возрастных факторов;
- 2) поколение среднего возраста (25 -45 лет) постепенно переключается на пиво и вино;
- 3) молодежь (до 25 лет) предпочитает пиво и слабоалкогольные напитки.

Из-за многочисленности «поколения тяжелого алкоголя» их объемы потребления молодые соотечественники компенсировать не могут, но зато у среднего поколения и молодежи больше денег [4; 5; 6].

Вышеприведенное позволяет положительно оценивать перспективы роста рынка вина в ближайшие годы, но для этого потребуются совместные усилия всех заинтересованных сторон: производителей, дистрибьюторов и торговцев.

Следует отметить, что цены на все вина с 1992 года растут быстрее, чем доходы населения. Это ведет к снижению покупательского спроса и заинтересованности производителей в своем качественном развитии. Данное обстоятельство подтверждается практикой снижения потребления и производства вина, например, в 1984 году на человека приходилось по 14,8 л вина, в 2004 году – только 3 литра, в 2010 году – 7 л [2].

Новой тенденцией в странах Европы, в частности, во Франции и в Италии, с конца 80-х годов XX ст., стал разлив ординарных столовых дешевых вин, крепостью до 11 градусов в пластмассовые бутылки. Пластмассовые бутылки (ПЭТ-бутылки) гарантируют срок хранения в них вина до 9 месяцев. Они легки, прозрачны, не бьются, легко открываются и закрываются, могут иметь многообразные формы.

Кроме ПЭТ-бутылок, в Италии и в России внедрена технология розлива ординарных виноградных вин в многослойные картонные пакеты (брикеты), получившие сертификацию систем качества по международным стандартам ИСО 9000, ИСО 10000, ИСО 14000, ИСО 18000, ИСО 22000. В конце 2005 года эта технология розлива была освоена и в Украине предприятием «Сандора», которое размещено в Николаевской области, а затем ее освоили и другие предприятия «Одессавинпром», «Шабо», «Татарбунарский винзавод» и др.

За последние годы на украинском рынке появилось вино, разлитое в миниатюрные бутылки емкостью 50, 100, 150 мл и продаваемое в упаковках по 4, 6, 10 штук. Анализ технико-экономических показателей Украинской алкогольной компании «Олимп» подтверждает, что при

продаже ароматизированной водки и натуральных вин, вышеприведенное мероприятие является рентабельным.

В настоящее время самым быстрорастущим рынком на Украине является рынок слабоалкогольных винных коктейлей, отбирающий у рынка вина и пива молодежную аудиторию в возрасте до 27 лет. Соединение небольшого количества вина с фруктово-ягодными соками, ароматизаторами и газированной водой порождает «молодежные» напитки крепостью 6-12 градусов. Широкий спектр ароматов и низкая цена от 3 до 8 грн за бутылку 0,33 л обеспечивает популярность этих напитков [5].

Оригинальные слабоалкогольные напитки «Мартин» на основе виноградного сухого вина выпускает в Харькове частное предприятие «Осан». Коллекцию этих напитков, крепостью 6,5 градусов, разработали ученые Института вина и виноградарства «Магарач». Разливаются винные коктейли в оригинальные пластмассовые бутылки емкостью 0,32 л. Благородный виноградный вкус «Мартина» пришелся по душе жителям Восточного региона Украины. Как ни прискорбно, но следует заметить, что у молодежной аудитории слабоалкогольные напитки более предпочтительны, чем вино.

Кроме известных и признанных винных коктейлей, на рынке алкогольной продукции много фальсифицированных товаров. Самым фальсифицированным товаром является крымское вино. Специалисты завода «Массандра» считают, что на каждую легально произведенную ими бутылку вина приходится около 10 бутылок фальсификата.

Отдельным подвидом винодельческой продукции является игристое вино. Рынок игристых вин демонстрирует низкие темпы развития. Производство игристых вин в настоящее время не превышает 5 млн дал. [1].

Рынок игристых вин характеризует четко выраженная сезонность. Тогда как увеличение объемов продаж тихих вин (особенно сухих) приходится на летний сезон и соответственно совпадающий с ним отпускной период, наибольший удельный вес реализации игристого связан с кануном новогодних праздников (так, по данным Одесского завода шампанских вин, до 70 % годовых продаж приходится на конец года, а в остальные месяцы идет достаточно планомерный подъем с некоторыми всплесками в период традиционных праздников). В эти периоды большое значение имеет слаженная работа производителей, маркетологов, сферы сбыта и дистрибьюторов, равно как и ее недостатки.

В современных условиях рынок шампанских вин контролируют 12 основных производителей. Среди ведущих производителей шипучего напитка в Украине – Киевский завод шампанских вин «Столичный», объем производства которого составляет 25 % шампанского в стране; Харьковский завод шампанских вин – 22 %; Артемовский завод шампанских вин – 15 %, ЗАО «Одесский завод шампанских вин» – 9 % (ТМ «Одесса»), ЗАО «Одессавинпром» – 12 % (ТМ «Французский бульвар», ТМ «Француз»), крымский «Новый Свет» – 5 %, Севастопольский завод – 3 % (ТМ «Крымское игристое»), а также НВП «Нива» – 2 % (ТМ «Одесский степ»).

По данным «Укрсадвинпрома», в Украине зарегистрировано 76 марок игристых вин. С учетом того, что большинство торговых марок поставляют на рынок продукцию в различном ассортименте (от брота до сладкого игристого вина), а некоторые вина одной марки могут быть белыми, розовыми или красными. Ассортимент украинских игристых вин насчитывает около 160 наименований: 60 артикулов классических игристых вин и более 100 артикулов игристых вин, шампанизованных резервуарным способом. Ежегодно появляется от 7 до 15 новых наименований игристых вин. Особенно прогрессивными в этом

направлении являются одесские предприятия: «ПТК Шабо», ЗАО «Одессавинпром». Совсем недавно они начали радовать покупателей новыми видами шампанского: «Золотой Дюк», «Екатерина», «Владимир», «С днем рождения», «С днем Святого Валентина» и др. В оригинальной упаковке по 0,375 л с трубочкой производит полусладкое шампанское «Рандеву» Киевский завод шампанских вин «Столичный». Большое разнообразие потребительских вкусов охватывает Артемовское шампанское: мускатное, полусладкое, полусухое, брют серии «Крым».

Соотношение продаж белых и красных игристых вин за последние годы почти не меняется. Красные игристые вина составляют 5-7 % их общего количества продаж.

Наибольшим спросом у покупателей пользуются полусладкие вина, ежегодные продажи которых составляют около 95 %, остальные 5 % приходятся на полусухие вина, а также сухие, брют и экстра брют.

Девяносто пять процентов вина, производимого в Украине, реализуется на внутреннем рынке, 5 % - на внешнем рынке.

Общий объем экспорта тихих вин за 2000-2010 годы находился на уровне 800 -870 тыс. декалитров в год.

Большая часть импортных вин поступает в Украину из Молдавии – 83 %, из Грузии – около 11 %, остальное - из Франции, Македонии, Венгрии и других стран. Характерно, что среди импортеров мы не обнаруживаем Болгарии, которая совсем недавно была одним из ведущих поставщиков вина в Украину.

Объективность изложения материала требует сказать и о том, что вино в составе алкогольных напитков, потребляемых человеком, занимает не главное место и составляет в натуральном выражении – 5,07 %, шампанское – 1,47 %, коньяк – 0,7 %, вино плодово-ягодное – 0,33 %, слабоалкогольные напитки – 7,06 %, ликероводочные изделия – 15,26 %, пиво – 70,11 % [2].

Самой значительной, но нерешенной до сих пор проблемой рынка виноградного вина является то, что большая часть прибыли от продажи вина (70 -80 %) остается в торговле.

Справедливое распределение прибыли, на наш взгляд, может быть при организации холдинговых структур, куда бы входили производители винограда, вина, торговля, транспортные и тарные предприятия.

Управление из единого центра позволяет исключить многие проблемы, связанные с планированием и распределением прибыли.

Сказанное позволяет сделать следующие выводы:

- спрос на рынке вина удовлетворяется не полностью по отдельным видам вина (сухое, полусухое, брют);
- требуется эффективная маркетинговая деятельность по исследованию внутреннего и внешних рынков, а также организация продаж украинского вина на рынках стран СНГ, балтийских и скандинавских стран, где нет своего виноделия;
- для устойчивой деятельности и повышения конкурентоспособности винодельческой отрасли целесообразно создание холдинговых структур, где были бы комплексно согласованы экономические интересы виноградарей, винопроизводителей, транспортников и тарных предприятий;
- экономические интересы членов холдинга целесообразно учитывать путем возмещения себестоимости их товаров и услуг и распределения прибыли пропорционально объему добавленной стоимости каждому участнику интеграционного процесса.

SUMMARY

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF WINE MARKET

A. A. Brevnov, N. V. Yablonskaya*,
Institute of Market Problems and Economic and Ecological Researches of NASU, Odessa;
**National Academy of Food Technologies, Odessa*

Analyzing the wine market, we have identified the trend of wine consumption in our country is opposite world. So Great Britain, China, Japan increased the wine consumption, approximately three times. But Ukraine shortened the consumption of this drink, approximately four times, from 80th. The wine consumption in Ukraine lower than it is in the European countries in 6-9 times.

Problems, influencing the decline in production and consumption of wine, are deficit raw materials. It is also negative consequences of privatizing and disadvantage in the production association in the overall structure.

For the increasing sustainability and competitiveness of wineries were proposed measures to reduce the deficit of raw materials, organization wine sales and production in the integration structure, including the producers of vine, wines, transport workers, trade and packing-case enterprises.

Key words: market, wine industry, current trends

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Экономические проблемы виноградарства и виноделия / [Б. В. Буркинский, И. Н. Агеева, А. А. Бревнов и др.]; под. ред. Б. В. Буркинского. – Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2007. – 216 с. – С. 54.
2. Статистичний щорічник України за 2010 рік / Держкомстат України; за ред. О. Г. Осауленка; відп. за вип. Н. П. Павленко. – К.: Інформаційно-аналітичне агентство, 2010.
3. Галузева програма розвитку виноградарства та виноробства України на період до 2025 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.minagro.kiev.ua/page/?7531>
4. Авидзба А. М. Виноградарство и виноделие Украины: прошлое, настоящее, перспективы / А. М. Авидзба, В. И. Иванченко // Виноград и вино России. – 2000. - № 5. – С. 45 -47.
5. Бузни А. Н. Экономика виноделия Украины: состояние и статистика развития / А. Н. Бузни, И. Г. Матчина // Стратегія економічного розвитку України.– 2001. - № 7. – С. 351 -358.
6. Матчина И. Г. Экономика винодельческой промышленности: справочник по виноделию / И. Г. Матчина, А. Н. Бузни. - Симферополь: Таврида, 2000. – 650 с.

Поступила в редакцию 24 февраля 2012 г.