

діючої державної політики на суміжних ринках зерна та насіння.

Відтворювальний підхід як методологічна основа інноваційної державної політики цілеспрямовано орієнтує її регуляторні заходи на забезпечення розширеного відтворення ресурсів у секторах насінневого ринку, досягнення в управлінських рішеннях системності, обґрунтованості, селективності. Пріоритетність завдання стимулювання виробництва додатної вартості товару на зерновому та суміжних ринках обумовлює необхідність переорієнтації ресурсоутво-

рюючих секторів насінневого ринку на потреби українських зернопереробних підприємств і населення, створення та виробництво екологічно чистих сортів насіння із заданими якісними параметрами, що відповідає економічним інтересам держави на ринках зерна та насіння. Перспективи подальших розробок полягають у поглибленні досліджень стосовно обґрунтування ефективних форм і методів нівелювання існуючих деформацій відтворювальних процесів на ринку насіння зернових культур.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Захаренко В. Продовольственная безопасность России (агротехнический аспект) / В. Захаренко // *Экономист*. – 2011. – №6. – С. 27-30.
2. Офіційний сайт Держкомстату України. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Шевченко В. Возрождение черноземов в контексте продовольственной безопасности / В.Шевченко, В. Белоусов // *Экономист*. – 2010. – №5. – С. 80-92.
4. Экономическая теория : Учебник/ Н.И. Базылев, А.В. Бондарь, С.П. Гурко и др.; Под ред. Н. И. Базылева, С.П. Гурко. – Мн. : ИП «Экоперспектива», 1997. – 368 с.
5. Плышевский Б. Деформации против модернизации / Б. Плышевский // *Экономист* – 2011. – №5. – С. 3-17.
6. Лысюк В.М. Воспроизводственная функция товарных рынков / В.М. Лысюк. – Одесса : ИПРЭИ НАН Украины, 2011. – 225 с.
7. Нікішина О.В. Методичні засади критеріальної оцінки та діагностики продовольчих ринків / О.В. Нікішина // *Економіка харчової промисловості*. – 2010. - №2 (6) – С. 35-41.
8. Боровик Ю.І. Суміжні ринки в структурі ринкової економіки: категоріальний аналіз і типологія / Ю.І. Боровик// *Економічна теорія. Науковий журнал. Ін-т екон. та прогноз. НАН України* – 2012. –№3. – С. 60-73.
9. Татаренко Г.М. Под росток / Г.М. Татаренко, Е. Шаповал // *Бизнес*. – 2012. – №29(1016). – С. 63 – 67.
10. Шаповал Е. По восточной цене / Е. Шаповал // *Бизнес*. – 2012. – №46(1033). – С. 60 – 63.
11. Приймачук Т.Ю. Формування ринку насіння зернових колосових культур: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.02 «Економіка сільського господарства і АПК» / Т.Ю. Приймачук; Держ. агроеколог. ун-т. – Житомир, 2006. – 22 с.
12. Нікішина О.В. Сучасні трансформації відтворювальних процесів на внутрішньому ринку зерна / О.В. Нікішина // *Економіка харчової промисловості*. – 2012. - №2 (14) – С. 5-11.
13. Алтухов А.И. Зерновое хозяйство России : рост без развития / А.И. Алтухов // *Экономист*. – 2009. – №4. – С. 20-28.
14. Госрегулирование: Семян, Семеных... (Участники зернового рынка рассчитывают, что международный скандал с ГМО подтолкнет украинских чиновников упорядочить оборот семенного материала) / *Бизнес*. – 2012. – №41 (1028). – С. 61.
15. Нікішина О.В. Пріоритети національної зернової політики та механізми їх реалізації в умовах глобалізації економіки / О.В. Нікішина // *Економіка харчової промисловості*. – 2012. - №4 (16) – С. 14-22.
16. Владимиров Д. Чисть имея / Д. Владимиров // *Бизнес*. – 2012. – №47(1034). – С. 58-60.



УДК 339.13:634.8-027.3

**ХАРКІВСЬКИЙ Д.Ф., д-р екон. наук, проф., КАЛАМАН О.Б., канд. екон. наук, асистент,  
КАЛАМАН Ю.Б., студ.**

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

### **УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ВИНОГРАДАРСТВА**

У статті показано особливості управління ринку продукції виноградарства. Наводяться основні положення формування ринку продукції виноградарства та перспективи його розвитку.

**Ключові слова:** виноградарство, ринок, продукція виноградарства, виноградно насадження

In the article displayed features management market products viticulture. The basic position of product market formation viticulture and prospects of its development are given.

**Keywords:** viticulture, market, viticulture production, grapes planting

**Вступ.** На сьогодні АПК України розглядає виноградарство та виноробство як найбільш стратегічні галузі, які можуть забезпечити спочатку виробництво, а потім і споживання винограду та продуктів його переробки. Проте останнім часом їх розвиток має негативні тенденції. Головним чином це відноситься до виноградарства, що залишається базовою галуззю виноградарсько-виноробного підкомплексу. Галузь має вагомий вплив на рівень соціально-економічного розвитку регіону, однак займає при цьому несуттєву питому вагу в посівних площах сільськогосподарських культур (1,58% - Одеська область, 0,25% - Україна).

Продукція виноградарсько-виноробного підкомплексу має суттєве значення при підвищенні якісного рівня життя населення України. Галузь є важливою бюджетоутворюючою складовою агропромислового комплексу. При розрахунку на 1 особу у 2012 році відбулося скорочення виробництва винограду столових сортів до 0,9 кг (якщо науково обґрунтованою нормою споживання є 8 кг на людину на рік).

Сучасний стан виноградарства характеризується скороченням площ насаджень виноградників (Україна - з 176 тис. га у 1990 р. до 67,6 тис. га у 2012 р., Одеська область – з 55,1 тис. га у 1990 р. до 28 тис. га у 2012 р.), зменшенням валового збору (з 337,6 тис. т у 1990 р. до 175,1 тис. т у 2012 р. по області). Площа насаджень виноградників у сільськогосподарських підприємствах по Україні у 2012 р. скоротилася майже в два рази порівняно з 1990 р., але, завдяки підтримці держави за рахунок 1% збору на розвиток садівництва, виноградарства та хмелярства, вона у 2012 р. збільшилася на 2,1% щодо 2000 р. Слід зауважити, що при нормативному рівні витрат, сучасне виробництво винограду в Україні може бути ефективним при рівні врожайності не нижчим 50 ц/га [4].

**Постановка завдання.** Наведені данні наочно доказують, що сьогодні у виноградарстві України склалася вкрай важка ситуація, яка вимагає детального та всебічного аналізу, тому дослідження управління формуванням ринку продукції виноградарства є важливим етапом на шляху її вирішення.

**Результати.** Негативним у розвитку цієї галузі є спад розвитку розсадництва, значне розкорчовування існуючих виноградних площ (розкорчовано 43,5 тис. га, а висаджено лише 26,9 тис. га), недостатнє розповсюдження нових продуктивних клонів і сортів, відставання технологій вирощування винограду, і, як наслідок, скорочення його валових зборів. Незадовільним залишається стан матеріально-технічної бази галузі, рівень залучення інновацій та фінансово-кредитного забезпечення, інфраструктура галузі.

Важливим має стати вирішення проблеми щодо підвищення конкурентоспроможності продук-

ції, удосконалення сортової структури відповідно до потреб вітчизняного та світового ринку, гарантування державного регулювання щодо ефективного розвитку виноградарства. Наукове обґрунтування забезпечення розв'язання вказаних теоретичних та практичних завдань займає важливе місце у розвитку ринку виноградарства регіону.

Проведені дослідження дозволяють зробити наступні висновки стосовно економічної сутності поняття «ринку продукції виноградарства» та методики управління діяльністю виноградарських підприємств задля його формування та розвитку. Відомо, що питання теоретичних засад економічного змісту ринку та його класифікації достатньо досліджені як у вітчизняній, так і у зарубіжній літературі. З розвитком товарного виробництва та еволюцією ринкових відносин сутність поняття ринку змінювалась, проте його зміст залишався однаковим, тому на регіональному рівні можна дати наступне визначення ринку – як сукупності виробничих відносин, що з'являються між виробниками і споживачами товарів і послуг через процес обміну. В свою чергу, ринок продукції виноградарства регіону – це сукупність економічних відносин з приводу купівлі та продажу продукції виноградарства між виробниками та споживачами в межах певної території, що встановлюється на основі попиту та пропозиції в результаті конкурентної боротьби; об'єктом ринку продукції виноградарства є виноград у свіжому вигляді; суб'єктами ринку є виробники, населення, підприємства-переробники усіх форм власності та держава [4].

Виноградарство як одну з галузей сільськогосподарського виробництва характеризують суттєві особливості, такі як: багаторічність формування насаджень; значна праце- та капіталомісткість процесів виробництва; сезонність; специфічне техніко-технологічне забезпечення.

Економічна та соціальна значущість виноградарської галузі зумовлює привернення до неї постійної уваги з боку агроекономічної науки. Так, аналізуючи розвиток ринку винограду в сучасних умовах України, було виявлено, що основна маса винограду (до 50%) на ринок постачається через домогосподарства населення, а їхня питома вага в загальній пропозиції на ринку збільшується. При утворенні загального обсягу попиту і пропозицій на внутрішньому ринку винограду імпорتنі та експортні поставки займають незначну частину (до 1%). Помітною є загальна тенденція збільшення попиту на продукцію виноградарства й його продуктів переробки в зв'язку із їх системною нестачею.

Обсяг і структура ринку продукції виноградарства знаходяться під впливом системи чинників: купівельна спроможність населення, якість продуктів

переробки винограду, реклами, ціни, строків та регіонів продажу тощо. На економічну ефективність і стійкий розвиток галузі виноградарства мають позитивний вплив такі фактори: сприятливість агрокліматичних умов; достатність забезпечення виробничих ресурсів; впровадження продуктивних клонів і сортів; концентрація і спеціалізація виробництв; впровадження сучасних інновацій і технологій; потужна ємність ринку споживання; сировинні потреби для переробних підприємств; якісне зберігання та пакування.

Щодо негативного впливу на ефективний розвиток виноградарсько-виноробної галузі виділяються такі чинники: незадовільність кредитування та фінансування галузі; необґрунтованість цінової та податкової політики щодо продукції; недорозвиненість рівня розсадництва та розвитку оновлення виноградарств; відсутність комплексів сучасного зберігання; низький рівень конкурентоспроможності продукції переробки; відсутність перешкод для іноземних виробників на внутрішньому споживчому ринку; незадовільність планування; організованість та плановість галузі; низький рівень платоспроможного попиту у споживачів.

Структура ринку продукції виноградарства України при його формуванні та розвитку встановилася доволі різноманітна за розмірами господарств та організаційно-правовими формами тощо. Тому виробництво винограду, що, по суті, постачає на ринок сировину для переробки, представлено різними за масштабами, сферою діяльності та спеціалізацією господарствами. У системі заготівлі та переробки винограду функціонує значна кількість підприємств, одні з яких виконують виключно посередницькі функції, формуючи при цьому партії продукції для подальшої переробки від різноманітних постачальників, інші підприємства функціонують у заготівлі, зберіганні та переробці, а масштабні комплекси ще й виготовленні розсадництва.

Для вирішення питань щодо управління формуванням і розвитком ринку продукції виноградарства нами було досліджено 24 підприємства Одеської області, що займаються виноградарством на основі їх статистичної та фінансової звітності. Для здійснення групування всі досліджувані підприємства були розподілені на 3 групи, а саме з площею насаджень до 500 га, з площею від 501 до 900 га і більше 901 га.

При вивченні економічної ефективності виноградарських підприємств були проаналізовані наступні показники: повна собівартість 1 ц продукції; врожайність культур, ц/га; рівень рентабельності, %; прибуток на 1 ц і на 1 га; ціна реалізації 1 ц. Отримані дані дозволяють зробити висновки, що підприємства з площею насаджень винограду понад 901 га, мають найвищу економічну ефективність порівняно з іншими. Найчастіше це великі виноградарсько-виноробні об'єднання з повним циклом виробництва, починаю-

чи з вирощування винограду і завершуючи розливом готових виноподуктів у пляшки (наприклад, «ТОВ ПТК ШАБО»).

Аналіз підприємств Одеської області, що займаються виноградарством, дає можливість прослідкувати позитивну тенденцію розвитку галузі, яка нами вбачається у власній сировинній базі, що має задовольняти потужності підприємства, сучасній системі обробки та догляду за виноградниками, парку агротехнічного обладнання, економічному крапельному зрошуванню, налагодженій системі постачання виноматеріалів на подальшу переробку, ін.

Аналіз статистичної інформації 13 районів Одеської області, площа виноградних насаджень в яких є найвищою, за допомогою кореляційного зв'язку між показниками економічної ефективності виробництва продукції виноградарства, дав змогу зробити висновки, що рівень собівартості виробництва 1 ц винограду залежить від багатьох факторів, але найбільш вагомими з них є урожайність і витрати на 1 га виноградних насаджень.

Наступним етапом було з'ясування питань по виявленню залежності між кількістю реалізованої продукції; повною собівартістю 1 ц; прибутком на 1 ц; середньою ціною реалізації та урожайністю. З цією метою були розраховані коефіцієнти парної кореляції між вказаними показниками в визначених районах Одеської області у період з 2005 року по 2012 роки. Всі досліджувані фактори, що є вагомими для аналізу ефективності виробництва виноградарської продукції Одеського регіону, не піддаються однозначному трактуванню щодо їх вагомості та ступеня впливу на загальний показник ефективності. На нашу думку, таким показником має бути обсяг виробленої продукції виноградарства підприємствами групи III. Тому було виділено фактори, що впливають на досліджуваний показник: площа насаджень; урожайність; кількість реалізованої продукції; повна собівартість 1 ц; середня ціна реалізації 1 ц; прибуток (збиток) від реалізації продукції виноградарства; рентабельність. Після проведення необхідних розрахунків була розроблена модель для розрахунку обсягу виробленої продукції виноградарства, який залежить від площ виноградних насаджень та ціни реалізації 1 ц винограду.

Основною метою маркетингу виноградарської галузі є забезпечення найоптимальнішого співвідношення попиту й пропозиції на ринку продукції виноградарства, досягнення швидкості просування цієї продукції на шляху від виноградників до переробного підприємства. Описується рух, що забезпечує співпадіння найвигідніших темпів продажу та обігу продукції, мінімальні витрати на її зберігання та здатність повністю і своєчасно задовольняти покупців. Так, обсяги пропозиції на ринку продукції виноградарства визначаються обсягами валового збору винограду, а обсяг попиту – обсягами переробленого винограду на виноматеріали. Обмеженість пропозиції продукції

виноградарства обумовлена площами виноградних насаджень та їх сортовим складом.

Відсоток фактично переробленого винограду на виноматеріали свідчить про переміщення зібраного винограду між переробними підприємствами області. Проте, виноробні підприємства області забезпечені повністю сировиною вітчизняного виробництва, тобто попит на продукцію виноградарства задовольняється.

Виноградники Одеської області представлені 82 сортами, з яких 42 є технічними і 40 столовими, з них 49 – районованих (76% площ виноградників області). Більше 90% всіх площ зайняті такими технічними сортами, як Аліготе, Каберне Совіньйон, Ркацителі, Одеський чорний, Мерло, Шардоне, Совіньйон зелений. Серед столових сортів найбільшу частку мають Молдова, Ранній Магарац, Королева виноградників, Золотистий ранній, Аркадія, Мускат янтарний, Одеський сувенір.

Співставивши площу виноградних насаджень за найважливішими технічними сортами та валовий збір по них, була розрахована їх урожайність. Середній показник урожайності по області у 2008 р. склав 35,97 ц/га. Вище середнього рівня мають такі сорти: Бастардо Магарацький (102,64 ц/га), Сапераві (57,09 ц/га), Траминер рожевий (55,29 ц/га), Шардоне (51,11 ц/га), Мускат (49,13 ц/га), Ркацителі (41,80 ц/га), Одеський чорний (39,30 ц/га). Інші сорти мають урожайність нижчу за середньообласну, тому рекомендувати їх для розсаджування недоцільно, хоча вони є популярними на європейському ринку (група Піно, Рислінг, Мерло, Каберне Совіньйон).

Наступним перспективним напрямом по інноваційному розвитку на ринку винограду в Одеській області можна запропонувати вдосконалення інфраструктури оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією, що має включати оптові, дрібнооптові і оптово-роздрібні ринки сільськогосподарської продукції. На початок 2012 року в області зареєстровано всього 28 бірж, з яких всього 1 є агропромисловою. Для певних видів аграрної продукції (зокрема, винограду) визначальними щодо питань дистрибуції і логістики мають стати оптові ринки. Для формування інфраструктури аграрного ринку викостовується створення мережі оптових регіональних та міжрегіональних ринків, яка повинна сприяти поліпшенню якості продукції виноградарства, що швидко псується; забезпеченню використання логістичних систем щодо питань транспортування, пакування й зберігання продукції; спрощенню доступу виробників до ринків збуту і інформації щодо споживачів; забезпеченню додаткових робочих місць; сприянню зменшенню часу на виконання замовлень споживачів – переробників.

Потреба у продукції виноградарства не буде задоволена ще 15 років, тому для інвесторів є можливість відродження виноградарсько-виноробного під-

комплексу. Негативна тенденція звуження сировинної бази виноробної промисловості за досліджуваній період не могла змінитися, що у майбутньому призведе до повної ліквідації виноробної промисловості, а на сьогодні – до збільшення імпорту виноматеріалів. Так, за даними офіційних статистичних органів імпорт виноматеріалів у 2010 р. в Україну склав близько 1 млн. дкл.

Головною умовою визначення періоду формування інвестиційної стратегії є можливість передбачення щодо розвитку, в цілому, економіки і інвестиційного ринку як її складової. В нестабільних умовах розвитку економіки України цей термін в середньому не перевищує 3–5 років (для порівняння, інвестиційна стратегія великих виноградарських підприємств Франції, Італії, Іспанії, Німеччини розробляється на період 10 р.).

Ринкова орієнтація діяльності підприємства ґрунтується на можливості виробляти те, що має збут, а не намагатися нав'язувати покупцеві те, що вироблено. Нами було виділено фактори, що є вагомими при прийнятті рішення споживачем – переробником щодо здійснення покупки винограду.

Щоб дізнатися наскільки близькі фактори, що мають значущість при прийнятті рішення щодо придбання певної кількості винограду як сировини для переробки, у двох досліджуваних групах підприємств розраховано ранговий коефіцієнт кореляції Спірмена. У нашому прикладі таким чином досліджується тіснота зв'язку між визначеними факторами для двох груп виноградарських підприємств, що були виділені за площами виноградних насаджень (менші та більші 800 га). Після проведеного анкетування на вказаних підприємствах отримані данні свідчать, що фактори, що впливатимуть на вибір певної партії сировини, є майже однаковими. Це є логічним тому, що виноградарське підприємство, маючи власні насадження більше 800 га і повний цикл виробництва, висуває до сировини власного виготовлення такі самі вимоги, як і підприємства, що мають незначні за площею насадження і закупають виноград більшими партіями для подальшої переробки.

Вдосконалена система управління разом з державною підтримкою розвитку виноградарства, організацією селекції та розсадництва, підтримкою інновацій має спрямовуватися на розвиток великих підприємств, які здатні впровадити науково-практичні дослідження і протидіяти транснаціональним корпораціям. Також система державного регулювання має містити механізм моніторингу та контролю на національному ринку винограду та вина. До вагомих заходів по регулюванню розвитку ринку виноградарсько-виноробного підкомплексу має відноситися інтеграція учасників ланцюга «виробництво винограду – переробка винограду – ринок вина».

Ефективність виноградників та обсяги необхідних інвестиційних ресурсів залежить від обраної

схеми посадки. У Франції подекуди висаджують майже 9 тисяч кущів на 1 га при відстані між кущами 1,1 м та між рядами – 1 м. Але в Україні висаджують близько 2,5 – 3 тисячі кущів на 1 га. Проте українські ґрунти є більш родючими порівняно із французькими, тому агротехнологи радять використовувати їх більш доцільно, використовуючи більш щільні схеми посадки (3 x 1,0 – 1,5). Також важливим зауваженням є те, що лише через 3 – 5 років після закладки інвестори почнуть отримувати прибутки, а окупитися виноградник через 5 – 7 років, тобто виноградарство вимагає довгострокових вкладень. Однак, застосовуючи сучасні засоби агротехніки, рівень рентабельності виноградарства може сягати 150% [5].

Виходячи з запропонованих нормативних даних, середня собівартість 1 га виноградних насаджень до початку його плодоносіння у середньому складає 40-50 тис. грн., включаючи витрати на агротехнічні заходи протягом 4 років (від початку внесення добрив та до самого збору врожаю). Перший врожай (на 3 рік після посадки) при належному догляді можна отримати у 100 ц/га, повноцінне плодоношення досягається на рівні 200 ц/га й більше. Основним завданням інвестора є пошук каналів збуту готової продукції.

Для виноградарства споживачами продукції є переробники – заводи первісного виноробства, тому важливим є з'ясування які сорти користуються найбільшим попитом та найкраще плодоносять у цій місцевості. Зміни рівнів середньої врожайності винограду, площ виноградників й валового збору були проаналізовані за допомогою експонентної лінії. Рівняння ліній, що вирівнюють, були розраховані за допомогою методу найменших квадратів.

**Висновки.** Основними рекомендаціями щодо підтримки конкурентоспроможності виноградарства в умовах інтеграції до світового економічного простору є: сортова структурна перебудова; вікова перебудова виноградарства; оптимальне розміщення виноградників щодо їх морозостійкості; ліквідація зрідженості виноградників; переведення вітчизняного розсадництва на сертифіковану основу; боротьба зі шкідниками і захворюваннями виноградників; дослідницькі програми в області винограду та винопродукції. Реалізація запропонованих заходів та рекомендацій щодо поліпшення інноваційно-інвестиційної політики виноградарських підприємств дасть можливість здійснити ефективне управління формуванням ринку продукції виноградарства Одеського регіону.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Виноградний кадастр України [Текст] / Мін. агрополіт. України, Укр. акад. агро. наук. – Київ, 2009. – 6 с.
2. Гаркуша О.М. Формування ефективного виноградарсько-виноробного підкомплексу АПК України / О.М. Гаркуша; Миколаївська держ. аграрна академія. — Миколаїв, 2001. — 282 с. — Бібліогр. : с. 269-278.
3. Мочерний С.В. Економічна теорія : підручник [Текст] / С.В. Мочерний, М.В. Довбенко – К. : Видавничий центр „Академія”, 2004. – 856 с.
4. Статистичний щорічник України за 2012 рік [за ред. Осауленка О.Г.; відп. за вип. Павленко Н.П.]. – 2013. – 560 с
5. Черемисина С.Г. Развитие виноградо-винодельческого производства Крыма : моногр./ С.Г. Черемисина – К. : ННЦ ИАЭ, 2006. – 490 с. — Библиогр. : с. 418-444.



УДК 663.4(477):338.439.5

**МЕЛЬНИК І.В.**, канд. техн. наук, доцент, **ЛИТВИНЧУК А.І.**, магістрант, **ДУЖКО Л.В.**, магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

**ОМЕЛЬЧУК С.В.**, аспірант

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

## АНАЛІЗ І НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

У даній статті представлений аналіз ринку пивоварної галузі України; проведено сегментацію ринку пива по торговим маркам, сортам, а також видам тари, яку використовують при розливі готового продукту; доказана перспективність створення оригінальних сортів пива вітчизняними виробниками.

**Ключові слова:** ринок пива, сегмент, виробник, оригінальне пиво, тара

This article presents an analysis of the market brewing industry in Ukraine, conducted market segmentation beer-brand, varieties and species of container, which is used for bottling the finished product; proved promising create original beers domestic manufacturers.

**Keywords:** beer market, segment, producer, original beer, packaging