

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РИНКУ ВИНА В УКРАЇНІ

В статті розглянуті тенденції розвитку ринку вина в Україні. В ході дослідження проаналізовано сучасний стан, визначено основні маркетингові особливості вітчизняного ринку вина в Україні та виявлені проблеми його розвитку.

In this article tendencies market's development of wine in Ukraine are revealed. The research analyses the modern conditions, defines the main marketing features of domestic wine market in Ukraine, reveal his problems of development.

Вступ. Україна одна з країн найбільш потерпілих від економічної кризи. Критична ситуація змусила велику кількість виноробних підприємств переглянути стратегію ведення власного бізнесу. На перший план у короткостроковій перспективі вийшли завдання з утримання клієнтів і стимулювання продажу. А ось побудова бренду, над яким скрупульозно працювали десятки маркетологів, у виноробних компаніях відсунули на задній план.

В умовах глобалізації, інтеграції України в світовий економічний простір, інтенсивного розвитку світового ринку виноробної продукції, зростання споживання вина та посилення конкуренції з боку нових держав-виноробників вимагає від вітчизняних виноробних підприємств значного підвищення конкурентоспроможності. Сьогодні необхідно використовувати більш потужний інструмент, який би мав змогу не тільки перевести вітчизняні виноробні підприємства на новий ефективніший рівень управління, але й враховував би основні цілі, які попередньо стояли перед ними. Маркетингові дослідження на сьогоднішній день є одним з інструментів стратегічного планування, яке так необхідно в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Таким чином, вивчення та аналіз основних тенденцій ринку вина є актуальною темою.

Постановка задачі. Ринок України у виноробній сфері переживає своє становлення. Саме тому, процеси, що відбуваються тут, швидкоплинні і вимагають пильної уваги фахівців перед тим, як приймати рішення про вихід на нього компанії. Аналіз ринку дозволяє грамотно спланувати стратегію просування товарів, уникнути непередбачених фінансових втрат і побудувати вигідні партнерські стосунки з іншими учасниками комерційного процесу.

Дослідження ринку вина дозволить виявити канали (дистриб'юторську мережу) просування товару і стан конкурентного середовища. Структуровані інформаційні дані, виявлені при обробці статистичних-даних, отриманих на

основі експертних оцінок, а також іншої вторинної маркетингової інформації дозволять оцінити поточний стан обраного ринку.

Методологія . Методологічну основу роботи становлять порівняльний та метод узагальнення даних (для аналізу ринку тихих вин); метод порівняння та експертних оцінок, а також метод статистичного аналізу (для оцінки динаміки та тенденцій сучасного ринку вина України). У процесі дослідження використано системний підхід для обґрунтування закономірностей та динаміки.

Інформаційна основа роботи - офіційні звіти та аналітичні публікації, тощо.

Результати дослідження. Положення справ у виноробній промисловості наочно демонструє ринок алкоголю в Україні в цілому, де на долю виноробної продукції доводиться всього біля 10% споживаного алкоголю. Для порівняння в європейських країнах в структурі споживання вино складає 70—80% [6]. Продукція виноробства в обсязі реалізації алкогольних напоїв в перерахунку на абсолютний алкоголь займає близько чверті.

Встановлено, що ринок винопродукції України незбалансований по всіх її видах. Причому має місце тенденція збільшення незбалансованості. Вже у 2007 р. в порівнянні з 2000 р. надвиробництво вина збільшилося на 65%, коньяку – на 177%, шампанського – на 59%. Аналогічне посилення диспропорції між пропозицією і попитом характерно і для світового ринку вин. З 1200 назв виноградних вин світового виробництва, Україна виготовляє 419 тихих виноградних вин і приблизно 100 ігристих, які відрізняються між собою технологією виробництва, різноманітністю складу, смаковими і ароматичними властивостями. З десяти пляшок тихого вина, що продається в Україні, 8 - вітчизняного виробництва. Традиційно ринок тихих вин перевершує за обсягом ринок вермутів і ігристих вин разом узятих. Впродовж останніх років таке співвідношення залишається практично незмінним. Сегментація українського ринку тихих вин за останні декілька років зазнала деякі зміни. Українці поступово європейізуються, у тому числі і в своїх перевагах. Сухі вина, ринкова доля яких ще кілька років тому активно прагнула до нуля, поступово завойовують популярність. У структурі виробництва тихих вин лише за 2008 рік їх питома вага збільшилася удвічі – до 10%.

За останні роки саме виноробна галузь, як жодна інша з алкогольних галузей, демонструє стабільне зростання. Ринок вина є стабільнішим в порівнянні з іншими алкогольними категоріями. Основною причиною цього є його низька схильність процесам перемикання споживачів на інші категорії. Вино стає усе більш популярним напоєм серед споживачів, у тому числі і в Україні. Пов'язано це з тим, що вино з усіх алкогольних напоїв при його помірному споживанні завдає найменшої шкоди здоров'ю, а у ряді випадків в малих дозах буває навіть корисним. Динаміка виробництва виноградного вина на території України в натуральних одиницях виміру впродовж 2005-2010 рр. характеризувалася позитивною тенденцією, яка наведена на рис 1.

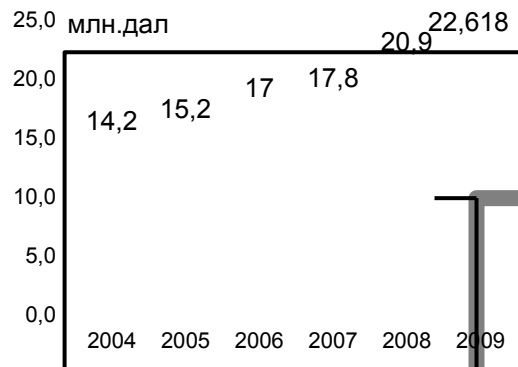


Рис.1. Виробництво виноградних вин в Україні (Джерело: данні Асоціації "СОВАТ" та Держкомстату)

При цьому максимальне зростання спостерігається в 2006 р. по відношенню до 2005 р. (29%), а мінімальне – в 2007 р. по відношенню до 2006 р. (0,4%). У 2008 і 2009 рр. в порівнянні з попередніми періодами збільшення обсягу виробництва виноградного вина склало 18% і 8% відповідно (табл.1), що можна пояснити впливом світової економічної кризи. Спостерігалось також і споживання виноградного вина українцями в натуральних одиницях виміру в 2009 р. по відношенню до 2008 р. яке склало 16,5%. Зменшення споживання даного продукту в 4 кварталі в 2009 р. в порівнянні з 4 кварталом в 2008 р. склало 4% [4].

Таблиця. 1

Тенденція виробництва виноградних вин в Україні

Показник	Темп приросту по відношенню до попереднього року %			
	2006	2007	2008	2009
Виробництво	29.2	0.4	18.2	8.3

Експорт виноградного вина за межі України в натуральних одиницях виміру в першій половині періоду 2005 – 2010 рр. скорочувався (Рис. 2.). Слід зазначити, переважну частину українського експорту виноробної продукції традиційно складає експорт на російський ринок. Істотне зростання об'єму експорту винної продукції до Росії можна спостерігати в 2009 році. Це можна пов'язати з тим, що грузинські вина здали свої позиції на російському ринку, і тим самим скористався український виробник.



Рис.2. Експорт виноградних вин з України (код УКТ ЗЕД 2204000000) (Джерело: За даними Держтаможслужби України)

Основними конкурентами на українському ринку алкогольних напоїв являють винороби Німеччини, Угорщини, Франції, Молдови, Болгарії,

Македонії [5]. До провідних виробників і постачальників вина до України відносяться такі країни, як Молдова, Грузія, Франція, Чилі, Італія, Іспанія, Аргентина, Німеччина. Аналіз імпорту виноградного вина в Україну за 2004-2009 рр. свідчить про збільшення об'єму імпорту даного продукту на територію України в натуральних одиницях виміру, який мав місце в першій половині досліджуваного періоду (Рис. 3.).

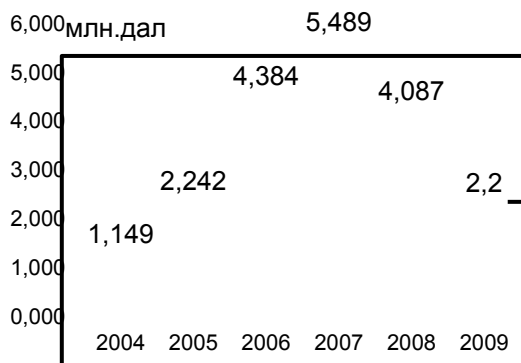


Рис. 3. Імпорт виноградних вин в Україну (код УКТ ЗЕД 2204000000) (Джерело: За даними Держтаможслужби України)

Як можна побачити з рис. 3, максимальний темп зростання імпорту виноградного вина спостерігався у 2007 р, надалі спостерігалось падіння. Причинами падіння імпорту стала як зміна купівельного попиту українців, так і кризисні явища в економіці. Вперше постачання вина з Грузії перевищили молдавські. Попит, що впав, на Молдову і Грузію перш за все заповняють Україна і Новий Світ (Чилі, Аргентина, Нова Зеландія, Австралія, Південна Африка). Порівняння експорту та імпорту наведено у табл.3.

Таблиця. 3

Тенденція експорту та імпорту виноградних вин

Показник	Темп приросту по відношенню до попереднього року %				
	2006	2007	2008	2009	2010 (січень-серпень 2010)
Імпорт	172.3	24.0	-43.3	-46.6	63.7
Експорт	-6.4	-13.9	14.3	283.9	2.3

Як бачимо з табл. 3, у 2010 р. імпорт вина до України значно збільшився в порівнянні з 2009 р, що можна пояснити дефіцитом виноматеріалів, викликаним несприятливими погодними умовами в країні як взимку, так і літом.

На сьогодні можна виділити низку проблем виноробного ринку: 1) недостатність фінансування виноградо-виноробного підкомплексу, що призвело до зменшення об'ємів закладки виноградників в порівнянні з їх розкорчовуванням; 2) зниження врожайності; 3) недостатній догляд за насадженнями; 4) дорожня матеріально-технічних ресурсів; 5) надмірна проріджена насаджень. Внаслідок цього спостерігається зменшення виробництва і реалізації української виноробної продукції, зниження її експорту [2]. На нашу думку, головна з них – база вітчизняного виноробства продовжує нестримно скорочуватися, темпи старіння і розкорчовування лози

перевищують темпи посадки, внаслідок чого площі виноградників за останні десять років в Україні значно зменшилися. Так, якщо в 1970 р. Україна виробляла 904 тис. т винограду, то в 2009 р. – 323 тис. т, тобто в 3 рази менше, з 2002 по 2008 рр. плодоносна площа виноградників зменшилася з 91,2 - до 70,9 тис. Аналогічно відмічається й зменшення врожайності винограду – з 62,4 ц/га в 1970 році до 41,0 ц/га в 2009 році [1]. З врахуванням зменшення площ виноградників і відсутності національної програми їх відновлення, українська виноробна промисловість не може працювати на повну потужність і вимушена купувати сировину за кордоном. Сировина, придбана за кордоном, далеко не завжди виявляється кращої якості, оскільки по-справжньому якісних ґрунтів, придатних для виноградарства високої якості в світі зовсім не багато, в результаті ці чинники вкрай сильно впливають на реалізацію кінцевого продукту на ринку. Якість більшої частини винопродукції, представленої на ринку України, залишає бажати кращого. Більше половини українських десертних і напівсолодких вин просто кріпиться спиртом-ректифікатом.

Особливістю сучасного українського ринку вин є велика розрізненість товарних груп і повна відсутність єдиних державних стандартів якості і класифікації вин (на відміну від інших країн - виробників, які керуються класифікацією, яка застосовується всіма основними країнами-виробниками, заснованою на французькій класифікації, яка прийнята як державний стандарт в багатьох країнах і ґрунтується в першу чергу на критеріях якості вина). Тому для України, вкрай важливо для встановлення ринкового порядку з точки зору якості, так і цін, ввести подібну строгу класифікацію, що допоможе споживачам зорієнтуватися у величезній різноманітності вин, а фірмам-виробникам і імпортерам вести чеснішу по відношенню до покупця цінову і маркетингову політику.

Прогноз розвитку. Непроста ситуація, що склалася на ринку вина, вимушує фахівців вкрай обережно прогнозувати подальшу ринкову динаміку. З одного боку, значне зростання виробництва в Україні тихих вин за підсумками 9 місяців 2010 р. (в порівнянні з аналогічним торішнім періодом) дає привід для певного оптимізму. З іншого боку, як відзначають аналітики, попит на вино нееластичний, і, наприклад, при збільшенні роздрібних цін навіть на 5% об'єм реалізації знижується дуже значно [3]. Експерти ринку вважають, що поступово збільшуватиметься попит в нижчих цінових сегментах, проте в сортовому відношенні переваги українців практично не зміняться. Сухе вино, що завойовує популярність, нарощуватиме свою ринкову долю повільними темпами, оскільки воно традиційно відноситься до дорожчого сегменту.

Нинішня ситуація змусить українських винарів прискорити процеси злиття і поглинань. При цьому однозначною перевагою володітимуть іноземні виноробницькі компанії, для яких надзвичайно цікавий український ринок. Цей процес стартував ще в 2008 році — один з найбільших виробників ігристих вин в Україні — Київський завод шампанських вин був куплений компанією Henkell & Sohnlein. При цьому ясно, що ринком

шампанських вин експансія іноземних інвесторів до України не обмежиться. Користуючись скрутним становищем українських винарів, іноземці почнуть скуповувати найвідоміші на українському ринку винні бренди. Адже в перспективі підвищення цін на вина у світовому масштабі практично неминуче, і це в першу чергу пов'язано із загальним зростанням цін на продовольство. Із-за різкого зростання акцизів одночасно із зростанням цін на основну сировину, підприємствам знадобляться додаткові оборотні кошти для поточної операційної діяльності і про інвестиції, модернізації, припаде на деякий час забути. Найскладніше при такому сценарії буде дрібним виробникам.

Висновки. Аналіз ринку вина в Україні дозволив наочно продемонструвати, що виноградно-виноробний підкомплекс - перспективна складова аграрного сектора України. Але, як показало дослідження, для успішного розвитку галузі необхідне:

- 1) залучення крупних інвестицій у галузь;
- 2) здійснення підтримки виноробними компаніям з боку держави;
- 3) розробка спеціальних державних програм по збереженню винограду.

Дане дослідження може бути корисним і використовуватися виробниками для розробки моделі, яка б використовувалась при виборі і реалізації стратегії і тактики маркетингової діяльності та політики підприємства.

Подальше вивчення стану ринку виноградного вина в Україні, а саме детальніше вивчення цінової політики, вивчення основних гравців, смаків споживачів, тощо, дозволить підприємствам без значних зусиль ставати лідерами продаж і виходити не тільки на вітчизняний але й і на зарубіжні ринки.

Література

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
2. Гаркуша О.М. Проблеми розвитку виноградарсько-виноробного підкомплексу України [Текст] / О. Гаркуша // Економіка АПК. – 2008. – № 11. – С.3–5.
3. Інформаційно-аналітичні журнали «FOOD UA. Продукты Украины» и «FOOD Technologies&Equipment. Пищевые технологии и оборудования» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.food.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1951:2010-11-08-12-05-37&catid=33:1&Itemid=114
4. Інформаційно-аналітична агенція «Союз Ін форм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.souz-inform.com.ua/index.php?language=rus&menu=schedule/2204200000_Vino_vinograd
5. Побірченко В.В., Насібян Н.Р. Сучасні тенденції розвитку світового ринку вина в контексті входження в нього українських виробників / В.В. Побірченко, Н.Р. Насібян // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2010. – Т. 23 (62). № 1. - С. 123-129.
6. Перший Національний Виноробний Холдинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wineholding.com.ua/ru/>