

ЗАСАДИ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ УКРАЇНИ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ ВИНА

К.Л.Лучишина, здобувач

Миколаївський державний аграрний університет

Проаналізовано регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні в умовах ринкової трансформації, розглянуто проблеми приєднання України до Світової організації торгівлі. Здійснено аналіз та економічну оцінку зростання експорту вина. Запропоновано напрямки регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні, які здатні захистити внутрішній ринок.

Проанализировано регулирование внешнеэкономической деятельности в Украине в условиях рыночной трансформации, рассмотрены проблемы присоединения Украины к Мировой организации торговли. Осуществлен анализ и экономическая оценка увеличения экспорта вина. Предложены направления регулирования внешнеэкономической деятельности в Украине, которые способны защитить внутренний рынок.

Надзвичайно важливим чинником функціонування національної економіки та забезпечення макроекономічної стабільності будь-якої держави, в тому числі й України, є прискорення економічного зростання. Цього можна досягти за рахунок розвитку зовнішньої торгівлі, зокрема нарощування експорту країни на світовому ринку, що відіграє надзвичайно важливу роль в призупиненні кризових тенденцій та забезпеченні економічного зростання, тобто є вагомим фактором трансформаційного процесу підвищення економічного розвитку в цілому.

Великий внесок у розвиток державного управління і регулювання національної економіки та міжнародної торгівлі зробили вітчизняні вчені-економісти. Слід відзначити, насамперед, роботи Андрійчука В.Г., Бесєдіна В.Ф., Будкіна В.С., Бураковського І.В., Гальчинського А.С., Губського Б.В., Кістерського Л.Л., Кредісова А.І., Лукінова І.І., Лук'яненка Д.Г., Новицького В.Є., Пахомова Ю.М., Плотнікова О.В., Поручника А.М., Рогача О.І., Румянцева А.П., Сіденка В.Р., Соколенка С.І., Степаненка В.А., Федосова В.М., Філіпенка А.С., Шниркова О.І., Чухна А.А. та інших.

Особливої уваги заслуговують питання регулювання експорту вина та продукції виноградарства як засіб зміцнення і стабілізації галузі виноградарства за рахунок збільшення обсягів виробництва і отримання додаткових прибутків, модернізації основних виробничих фондів, впровадження сучасних передових технологій.

Українська виноробна промисловість експортує свою продукцію в 12 країн світу. Причому, за обсягами експорту вина посідає не останнє місце серед європейських країн-виноробів (табл. 1).

Таблиця 1

Експорт вина країнами Європи

Країна	1993 р.		2003 р.	
	тис.л	тис.дол.США	тис.л	тис.дол.США
Австрія	11731	2465	8165	75952
Білорусія	790	400	1342	2592
Бельгія-Люксембург	15902	43689	24606	106507
Болгарія	108811	77907	83426	696
Боснія і Герцеговина	8300	28	3494	2787
Великобританія	4863	46183	21857	217530
Німеччина	277344	391407	270203	53964
Естонія	0	0	508	1453
Італія	1246561	1308547	1280200	2986474
Македонія	45558	17636	55127	28172
Мальта	114	630	11	51
Республіка Молдова	72800	28000	202170	180877
Португалія	214428	428454	305522	602619
Російська Федерація	482	560	1160	734
Румунія	20725	14771	40998	24713
Сербія и Черногорія	0	0	11787	9042
Словакія	18441	8156	12823	9163
Словенія	15078	11877	5972	9353
Україна	45000	40000	19346	18732
Франція	1017518	3650695	1496243	6562663

**За статистичними даними ООН*

В січні-серпні 2004 року експорт вин натуральних, в тому числі вин, які містять спирт, та міцних вин склав 1356,03 тис. \$ США. В той же час в Україну було імпортовано вина на суму 1826,9 тис. \$ США, що становить 20% від обсягу спожи-

вання вина в нашій країні. Основними експортерами вина в Україні є Молдова та Грузія. Незважаючи на витрати на транспортування, молдавське вино на 5-6 грн. дешевше за вино вітчизняних виробників. Однією з причин скорочення експортних можливостей є обмежена участь країни у регіональних блоках, внаслідок завищених тарифів, що використовуються країнами-торгівельними партнерами.

Україна з п'яти найбільших торгово-економічних блоків Європи є лише членом Асоціації Чорноморської Економічної Співпраці та асоційованим членом у економічному союзі країн членів СНД. Членство у решті регіональних блоків, таких як ЄС, Європейська Асоціація вільної торгівлі та у Центральноєвропейському договорі про вільну торгівлю, як і у СОТ залишається перспективним.

Активна співпраця з СОТ сприятиме інтеграції у світове господарство, збільшенню вимог щодо конкурентоздатності українських товарів в умовах жорсткої конкурентної боротьби на міжнародному ринку, поживить процес міжнародного обміну і сприятиме розвитку світової торгівлі, а також дозволить ефективніше відстоювати власні позиції в разі виникнення торгівельних конфліктів. Необхідно пам'ятати, що іноді форми і методи інтеграції до світового господарства не співпадають з інтересами економічної безпеки і розвитку держави, посилюють кризові процеси і явища в економіці.

Враховуючи бажання України вступити до Світової організації торгівлі (СОТ) та її прагнення стати повноправним членом Європейської спільноти, практичного значення для вітчизняних виноробів набуває питання експорту вина та продукції виноградарства на світовий ринок.

В 2003 році Україна експортувала виноградного вина на 20,3 млн. доларів. В абсолютному вираженні експорт виріс на 33%, в грошовому — на 27% в порівнянні з попереднім роком. Лівова частка експорту вина припадає на Росію — близько 80%, ще 10% експорту припадає на місця скупчення багаточисленої діаспори Німеччини та Ізраїлю. Продукцію українських виноробів знають і шанують в Швейцарії, Бельгії, Австрії, Ізраїлі, Польщі, США, Канаді,

Білорусії, Естонії, Чехії, Словачії. В січні-вересні 2004 року експорт вин натуральних в тому числі вин, які містять спирт, та міцних вин склав 12,6 млн. \$ США. На жаль, кількісне зростання обсягів експорту не гарантує зростання реальних доходів від експорту [3].

На світовому плодоягідному ринку наприкінці минулого і на початку нового століття значно посилилася конкуренція, яка обумовлюється відкритістю міжнародної торгівлі та значним ростом виробництва цієї продукції. Україна об'єктивно не може бути поза світовими інтеграційними процесами та ізолюватися від міжнародної кооперації з питань формування сучасної продовольчої системи [4].

Необхідно враховувати те, що світовий ринок вже давно насичений і перенасичений продукцією, в тому числі вином. Виходячи на зовнішній ринок українські товаровиробники зустрінуться із жорсткою конкуренцією і тому не варто тішитися мріями, що вийшовши на світовий ринок українські вина будуть миттєво осяяні шануванням і довірою споживачів. Перед вітчизняними експортерами вина стоїть тернистий шлях випробувань, невдач і прорахунків.

Україна має можливість поліпшити свої позиції на світовій арені, однак для цього необхідне проведення обґрунтованої національної політики щодо нарощування експорту вина. Створюючи в Україні сприятливі економічні, організаційні, правові та інші умови для розвитку та ефективнішого використання її виноекспортного потенціалу, це дасть змогу швидко реагувати на зміни у кон'юктурі на світових ринках і досягти гнучкості в економічній політиці щодо забезпечення ефективності експорту. Ця сукупність заходів повинна відобразитися в спеціальній програмі розвитку і реалізації експорту вина і продукції виноградарства України, яка б сприяла формуванню конкурентних переваг, стабільному розширенні та якісному поліпшенні позицій країни на світовому винному ринку.

Одним із дуже важливих факторів, який донедавна ще не відігравав такої великої ролі для успіху експортної діяльності, є система управління якістю на підприємствах. Зараз наявність міжнародних сертифікатів серії ISO 9000 є не лише додатковою, а здебільшого необхідною умовою участі в міжнародних тендерах та можливості

якісно будувати свої позиції на світовому ринку винопродукції. Наявність сертифікату відповідності управління якістю на підприємстві міжнародним стандартам (зокрема ISO серії 9000) є одним із ключових факторів успіху експортної діяльності на сучасному етапі [1].

На внутрішньому ринку вина, незважаючи на високу якість продукції, вітчизняні винороби поступаються закордонним через недостатньо досконалу податкову базу, поганий дизайн, відсутність у підприємств маркетингової системи просування товарів до споживача. В сучасних умовах від підприємств вимагається не тільки забезпечення підвищення якості товарів, а й посилення дій маркетингових служб та зміни їх збуто-постачальницької функції на управління пропозицією товарів підприємства.

Для швидкого просування продукції українських виноробів на внутрішньому та зовнішньому ринках великого значення набувають виставкова діяльність та активна маркетингова політика. Якщо раніше виставка була лише демонстрацією досягнень будь-якої галузі господарства та купівлі-продажу обмежених видів товарів, то нині вони набули багато споріднених рис і діють як періодичний ринок, де зустрічаються покупець і продавець, попит і пропозиція. На жаль, виставково-ярмаркова діяльність в Україні ще не знайшла свого постійного і гідного місця в нових умовах господарювання.

Отже, на сучасному етапі розвиток експорту вина набуває особливого значення, а саме: як фактор підтримки виноградарсько-виноробної галузі; як джерело надходження валюти; як важлива умова структурної перебудови та технологічної модернізації виробництва; як умова підвищення конкурентоздатності продукції українських виноробів; як активізація інвестиційної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дерев'яно О.В. Експортна стратегія України за умов глобалізації світового ринку: Автореферат дис. Нац. Ун-т ім. Шевченка.-К., 2001.- 20с.
2. Департамент продовольства України.- www.agrosector.com.ua.
3. Дерзвоншінформ.- www.ukrdzi.com.ua.
4. Рудьєв В.А. Формування світового ринку абрикоса // Сад, виноград і вино України.- 2004.- №10-12. С.16.