НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

УДК 658.5:663.2:658.8

ПОГОДЖЕНО	**ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ**
Декан факультету аграрного менеджменту	**Завідувач кафедри** адміністративного менеджменту та ЗЕД
_____ Анатолій ОСТАПЧУК (підпис)	_____ Олена КОВТУН (підпис)
"___" _____2025 р.	"___" _____2025 р.

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему *«Управління процесами виробництва та реалізації вина в умовах євроінтеграції України»*

Спеціальність 073 «Менеджмент»
(код і найменування)

Освітня програма Адміністративний менеджмент
(назва)

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна
(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Гарант освітньої програми
к.е.н, доцент _____ Олена КОВТУН
(науковий ступінь та вчене звання) (підпис) (ПІБ)

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи
к.е.н., доцент _____ Олена КОВТУН
(науковий ступінь та вчене звання) (підпис) (ПІБ)

Виконала _____ Ірина МАЗУР
(підпис) (ПІБ здобувача)

КИЇВ – 2025

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Факультет аграрного менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
адміністративного менеджменту та ЗЕД
к.е.н., доцент _____ Олена КОВТУН
(підпис)
«_16_» _____грудня_____2024 року

ЗАВДАННЯ
ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТУ
МАЗУР ІРИНІ АНАТОЛІЇВНІ
(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність **073 Менеджмент**
(код і назва)

Освітня програма **Адміністративний менеджмент**
(назва)

Орієнтація освітньої програми **освітньо-професійна**
(освітньо-професійна або освітньо-наукова)

Тема магістерської кваліфікаційної роботи: «УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ВИНА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ»
затверджена наказом ректора НУБіП України від «13» грудня 2024 р. №2235 «С»
Термін подання завершеної роботи на кафедру 2025.11.30
(рік, місяць, число)

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: Фінансова звітність підприємства; статистичні дані, інструкції та регламенти, що стосуються управлінських процесів; наукова, навчальна та методична література з менеджменту; публікації у журналах; результати власних досліджень і спостережень

Перелік питань, що підлягають дослідженню:
1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ВИНА.
2. СТАН ТА РОЗВИТОК ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ВИМОГ ЄС
3. УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ І ЗБУТОМ ВИНА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Дата видачі завдання «16» грудня 2024 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи _____ **Олена КОВТУН**
(підпис)

Завдання прийняв до виконання _____ **Ірина МАЗУР**
(підпис)

РЕФЕРАТ

Виноробна галузь України є важливою складовою агропромислового комплексу та має значний експортний потенціал. Вона поєднує економічну функцію із культурною місією, адже вино виступає не лише товаром, а й елементом національної ідентичності та міжнародного іміджу країни. У сучасних умовах євроінтеграції та воєнних викликів управління процесами виробництва та реалізації вина набуває особливого значення.

З одного боку, Україна прагне гармонізувати стандарти виноробства з вимогами Європейського Союзу, що відкриває нові ринки збуту, створює можливості для залучення інвестицій та інтеграції у глобальні ланцюги постачання. Це потребує впровадження сучасних технологій, систем контролю якості та екологічних практик, які відповідають європейським нормам.

З іншого боку, війна спричинила руйнування виробничої інфраструктури, скорочення площ виноградників, порушення логістики та зниження внутрішнього попиту. Галузь опинилася в умовах нестабільності, коли традиційні канали реалізації та експортні маршрути стали недоступними або надто ускладненими.

Дане дослідження має на меті поглибити теоретичні засади управління процесами виробництва та реалізації виноробної продукції в Україні з урахуванням сучасних викликів і перспектив, що виникають у контексті адаптації галузі до стандартів Європейського Союзу.

У магістерській роботі були використані такі загальнонаукові та спеціальні методи, як теоретичне узагальнення; структурно-логічний метод для побудови структури роботи та логіки проведення дослідження; методи порівняння, аналізу і синтезу для оцінки спільних та відмінних рис у вимогах ЄС та України; метод економічного аналізу для оцінки ефективності роботи

та управлінських рішень досліджуваного підприємства; SWOT-аналіз.

Об’єктом дослідження є процеси виробництва та реалізації виноробної продукції в Україні, що охоплюють технологічні, організаційні та економічні аспекти діяльності виноробних підприємств.

Предметом дослідження є управлінські методи та теоретичні підходи до організації виробництва і реалізації вина з урахуванням вимог ЄС.

У першому розділі роботи досліджено теоретичні основи виробництва та реалізації виноробної продукції.

У другому розділі роботи проведено аналіз сучасного стану виноробої галузі України та зазначено основні вимоги до виробництва та реалізації вина в умовах євроінтеграції.

У третьому розділі роботи сформовано рекомендації щодо вдосконалення процесів виробництва та реалізації виноробної продукції з урахуванням актуальних тенденцій і викликів.

Магістерська робота включає вступ, три розділи, висновки та список використаних джерел.

Апробація результатів магістерської роботи. Результати виконання магістерської кваліфікаційної роботи були оприлюднені на VI Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Сучасний менеджмент: виклики та можливості» (м. Київ, НУБіП України, 04 листопада 2025 р.).

Інформаційна база дослідження: нормативно-правові акти України (зокрема Закон №3928-IX, ДСТУ 4806:2007), регламенти ЄС, стандарти OIV, статистичні дані Держстату, аналітичні звіти галузевих асоціацій, а також матеріали з діяльності ТОВ «Шато Чизай».

ЗМІСТ

ВСТУП **1**

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ВИНА **3**

1.1. Сутність і значення управління виробничими процесами у виноробстві 3

1.2. Особливості реалізації виноробної продукції в умовах війни 8

1.3. Вплив євроінтеграційних процесів на аграрний сектор та виноробну галузь України 15

РОЗДІЛ 2. СТАН ТА РОЗВИТОК ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ВИМОГ ЄС **23**

2.1. Аналіз динаміки виробництва та реалізації вина в Україні 23

2.2. Державна політика, європейські норми та вимоги у виноробстві та можливості їх впровадження в Україні 32

2.3. Визначення проблем, бар'єрів та перспектив розвитку виноробних підприємств України у контексті вимог СС 47

РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ І ЗБУТОМ ВИНА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ» **54**

3.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства «Шато Чизай» та аналіз його діяльності у виноробстві 54

3.2. Оцінка ефективності виробничих та збутових процесів підприємства ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ» 61

3.3. Пропозиції щодо оптимізації управління виробництвом і збуту вина в умовах євроінтеграції 77

ВИСНОВОК **82**

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ **86**

ВСТУП

Актуальність теми. Виноробна галузь України є важливою складовою агропромислового комплексу та має значний експортний потенціал. Вона поєднує економічну функцію із культурною місією, адже вино виступає не лише товаром, а й елементом національної ідентичності та міжнародного іміджу країни. У сучасних умовах євроінтеграції та воєнних викликів управління процесами виробництва та реалізації вина набуває особливого значення.

З одного боку, Україна прагне гармонізувати стандарти виноробства з вимогами Європейського Союзу, що відкриває нові ринки збуту, створює можливості для залучення інвестицій та інтеграції у глобальні ланцюги постачання. Це потребує впровадження сучасних технологій, систем контролю якості та екологічних практик, які відповідають європейським нормам.

З іншого боку, війна спричинила руйнування виробничої інфраструктури, скорочення площ виноградників, порушення логістики та зниження внутрішнього попиту. Галузь опинилася в умовах нестабільності, коли традиційні канали реалізації та експортні маршрути стали недоступними або надто ускладненими.

Метою дослідження є поглиблення теоретичних засад управління процесами виробництва та реалізації виноробної продукції в Україні з урахуванням сучасних викликів і перспектив, що виникають у контексті адаптації галузі до стандартів Європейського Союзу.

Завдання дослідження є наступними:

- розкрити сутність управління виробничими процесами у виноробстві;

- дослідити особливості реалізації виноробної продукції в сучасних умовах і проаналізувати вплив євроінтеграційних процесів на розвиток галузі;
- оцінити стан та перспективи українського винного ринку;
- розробити рекомендації для оптимізації управління виробництвом і збутом вина.

Методи дослідження. У магістерській роботі були використані такі загальнонаукові та спеціальні методи: теоретичне узагальнення; структурно-логічний метод для побудови структури роботи та логіки проведення дослідження; методи порівняння, аналізу і синтезу для оцінки спільних та відмінних рис у вимогах ЄС та України; метод економічного аналізу для оцінки ефективності роботи та управлінських рішень досліджуваного підприємства; SWOT-аналіз.

Об'єктом дослідження є процеси виробництва та реалізації виноробної продукції в Україні, що охоплюють технологічні, організаційні та економічні аспекти діяльності виноробних підприємств.

Предметом дослідження є управлінські методи та теоретичні підходи до організації виробництва і реалізації вина з урахуванням вимог ЄС.

Інформаційна база дослідження: нормативно-правові акти України (зокрема Закон №3928-IX, ДСТУ 4806:2007), регламенти ЄС, стандарти OIV, статистичні дані Держстату, аналітичні звіти галузевих асоціацій, а також матеріали з діяльності ТОВ «Шато Чизай».

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ВИНА

1.1 Сутність і значення управління виробничими процесами у виноробстві

Виробничий процес - це впорядкована система взаємопов'язаних трудових і природних дій, що здійснюються у певній послідовності з метою перетворення початкових матеріалів і сировини на готову продукцію.

До основних складових виробничого процесу належать: об'єкти і засоби праці, природні явища та безпосередньо людська праця [1].

Виробничий процес у виноробстві є комплексом технологічних та організаційних операцій, що здійснюються з метою перетворення винограду на готову винну продукцію. Цей процес включає низку послідовних етапів, серед яких: збір і доставка сировини, відділення гребенів (Egrappage),розчавлення ягід для виділення соку (Foulage) ферментація (бродіння), мацерація (для деяких вин), витримка, стабілізація, очистка та фільтрація вина, бутелювання напою та контроль якості готового продукту.

Кожна стадія має важливе значення для формування органолептичних властивостей вина, його стабільності та відповідності стандартам. Наприклад, ферментація — ключовий біохімічний процес, під час якого дріжджі перетворюють цукри винограду на етиловий спирт і ароматичні сполуки, що визначають характер напою. Витримка, особливо в дубових бочках, сприяє розвитку складного смакового профілю, а стабілізація забезпечує збереження якості при транспортуванні та зберіганні.

Тож, виноробство - це багатоступеневий виробничий процес, який охоплює як аграрну, так і промислову складову. За визначенням OIV (International Organisation of Vine and Wine), виробничий цикл вина включає: збирання винограду, його подрібнення, ферментацію, витримку, стабілізацію та розлив. У свою чергу управління цими процесами полягає у плануванні, організації, контролі та оптимізації кожного етапу [1].

Управління виробничими процесами у виноробстві охоплює такі ключові функції:

- Планування - визначення термінів збору, обсягів виробництва, закупівель сировини
- Організація - розподіл ресурсів, вибір технологій, логістика
- Контроль - моніторинг якості, відповідність стандартам (ДСТУ, OIV)
- Оптимізація - зменшення втрат, енергоефективність, автоматизація

Особливість виноробства це сезонність та довготривалі виробничі цикли та етапи. Наприклад, як пише Jackson у Wine Science, на відміну від пивоваріння чи виробництва соків, виробничий цикл вина може тривати від кількох місяців до кількох років, що ускладнює управління капіталом та ризиками.

Варто коротко описати кожен пункт ланцюгу, який проходить виноград від вирощування до появи на прилавках крамниць.

Розпочнемо з сировини – винограду, його природний вміст цукру та кислот ідеально підходить для процесу виробництва вина, його склад «безпосередньо впливає на тип і якість вина, яке може бути виготовлене» [2].

Було проведено безліч досліджень та практичних експериментів, спрямованих на вирощування винограду найвищої якості, щоб отримати найкраще можливе вино. Встановлено, що виноград надзвичайно чутливий до змін клімату: вирощений у теплому регіоні він матиме інший хімічний склад, ніж той самий сорт, вирощений у прохолодному. Цей значний вплив клімату на якість винограду став причиною численних досліджень з контролю кліматичних умов, щоб визначити, які регіони найкраще підходять для певних сортів.

Перейдемо до наступного етапу. Після того як відібрано ідеальний виноград, його вирощують у винограднику. Коли ягоди достигають, починається збір урожаю. Збір винограду здійснюється у точно визначений

момент, залежно від типу вина. Це рішення - частина управлінського процесу, що базується на аналізі зрілості ягід, погодних умов та бажаного стилю вина(щоб отримати ігристі вина можуть збирати ще трохи недозрілі виноградинки, а для десертних солодких вин– навпаки, беруть перезрілі ягоди). В Україні сировина повинна відповідати ДСТУ 4806:2007 “Вина. Загальні технічні умови”. Збір урожаю може здійснюватися вручну або механічно. Після цього більшість виноробів відбирають стиглі ягоди, видаляючи пошкоджені чи зіпсовані, перед наступним етапом - дробленням. В Україні, згідно стандартам, які прописані у регламенті, сировина, яка береться для виготовлення вина повинна відповідати ДСТУ 4806:2007 “Вина. Загальні технічні умови”. Нижче наведені основні вимоги до сировини:

Таблиця 1.1.

Якісні та фізико-хімічні вимоги до вин за ДСТУ 4806:2007

Група показників	Параметр / характеристика	Нормативні вимоги	Примітка / значення
Органолептичні показники	Колір	Відповідний типу вина: білий, рожевий, червоний	Без домішок, рівномірний
	Прозорість	Без осаду, сторонніх частинок	Допускається легке помутніння у марочних вин
	Аромат (букет)	Властивий сорту і типу	Без сторонніх запахів (оцту, сірководню)
	Смак	Гармонійний, відповідний стилю	Без гіркоти, кислого присмаку, окислення
Фізико-хімічні показники	Об’ємна частка етилового спирту	8,5–15,0 %	Для столових — 8,5–12,5 %, кріплених — 16–20 %

	Вміст цукру	Сухі – до 4 г; напівсухі – 4–12 г; напівсолодкі – 12–45 г; солодкі – понад 45 г	Залежить від категорії
	Титрована кислотність	4,5–9,0 г/дм³	У перерахунку на винну кислоту
	Летка кислотність	≤ 1,2 г/дм³ (білі); ≤ 1,5 г/дм³ (червоні)	Показує ступінь окислення
	Екстрактивність	15–25 г/дм³	Відображає «тіло» вина
	Сірчистий ангідрид (SO_2)	≤ 200 мг/дм³ (білі); ≤ 150 мг/дм³ (червоні)	Обмеження для безпечності

Джерело: Створено автором на основі [4,5].

Після збору врожаю настає етап дроблення та пресування, тут важливо забезпечити стерильність і точність, тобто це частина контролю якості. У давнину виноград дробили, топчучи ногами у великих бочках. Отримана суміш соку, шкірки та м’якоті називається «м’язга». Сьогодні цей процес автоматизовано: механічні дробарки забезпечують стерильність і точність. Саме на цьому етапі відбувається розмежування червоного та білого вина. Виноградний сік є безбарвним, а колір вина надає переважно шкірка ягід. Інтенсивність забарвлення залежить від того, як довго сік контактує зі шкіркою. Для білого вина мезгу зазвичай відразу пресують, щоб уникнути забарвлення, тоді як червоні вина пресують після початку або завершення ферментації, щоб надати їм насиченого кольору [2].

Далі йде ферментація, яка часто вважається «магією» виноробства. Цей процес потребує ретельного моніторингу температури, типу дріжджів і тривалості. Управління цим етапом включає контроль мікробіологічної стабільності та хімічного складу вина. [2].

Ферментація має безліч нюансів. Одним із найважливіших є температура. Якщо вона занадто низька – дріжджі впадають у сплячку; якщо занадто висока – відбувається утворення небажаних ферментів і мікроорганізмів, які псують смак вина. Оптимальна температура становить близько 22°C, хоча вона може відрізнятися залежно від типу дріжджів [2].

Існує дві стадії ферментації – аеробна (з доступом повітря) і анаеробна (без повітря). На першій стадії дріжджі активно розмножуються (це триває 2-4 дні). На другій – процес відбувається без повітря, і саме тоді утворюється основна кількість алкоголю. Ідеально анаеробна ферментація триває приблизно три тижні, але на практиці – іноді місяці. Коли рівень цукру знижується до бажаного (у сухих вин – майже повністю, у солодких – частково), процес зупиняють охолодженням або фільтрацією дріжджів [2].

Наступний етап – освітлення (clarification) вина, щоб зробити його прозорим і без осаду. Ця стадія не змінює смак, але покращує зовнішній вигляд. Основні методи – переливання, холодна стабілізація та фільтрація.

Переливання – найстаріший метод: важчі частинки осідають на дно, а чисте вино обережно переливають зверху.

Холодна стабілізація застосовується для видалення винної кислоти, що може кристалізуватися у пляшці. Для цього вино спочатку підігрівають до кімнатної температури, потім охолоджують до 4°C, після чого винну кислоту видаляють.

Файнінг полягає у додаванні спеціального осаджувача, який захоплює частинки й осідає на дно, звідки згодом видаляється разом з осадом [3,4].

Основні вимоги, які контролюють цей процес зазначені у:

- ДСТУ 4806:2007 «Вина. Загальні технічні умови»
- ДСТУ 4807:2007 «Вина ігристі»
- ДСТУ 6038:2008 «Напої на основі вина. Загальні технічні умови»

Останній етап виноробства – витримка і розлив. Деякі вина розливають одразу після освітлення, але більшість – витримують. Вино зберігають у дерев'яних бочках, зазвичай дубових, які надають напою аромату й смаку. Тип деревини та вік бочки впливають на аромат. Витримка у великих об'ємах (bulk aging) вважається кращою, адже масив вина менше реагує на коливання температури.

Тривалість витримки залежить від типу вина: повнотілі червоні вина витримують 1– 2 роки, а фруктові білі – лише близько 3 місяців [3].

На етапі витримки впроваджуються стратегічні управлінські рішення, що визначають цінову категорію та ринкову позицію продукту. Тип бочки, тривалість витримки, умови зберігання – все це елементи управління якістю.

Після завершення витримки вино розливають у пляшки – і це завершальний етап, який включає автоматизацію, контроль стерильності, етикетування та пакування. Це також частина логістичного управління, що впливає на ефективність дистрибуції. Сучасні лінії розливу автоматизують увесь процес: стерилізацію пляшок, дозування, закупорювання корком, накривання фольгою, етикетування й пакування. Деякі вина зберігають у охолоджених резервуарах для підтримання свіжості та періодично розливають протягом року [3].

1.2 Особливості реалізації виноробної продукції в умовах війни

Велика війна, що триває в Україні з 2022 року, суттєво трансформувала економічні процеси, зокрема в агропромисловому комплексі. Виноробна галузь, яка є частиною культурної спадщини та експортного потенціалу країни, зіткнулася з низкою викликів, що вплинули на виробництво, логістику, збут та міжнародну репутацію продукції. Виноробна галузь у нашій країні до 2022 року демонструвала стабільне зростання, однак з початком вторгнення зіткнулася з безпрецедентними

викликами [6,7]. Процес реалізації виноробної продукції в умовах війни ускладнився через низку факторів, серед яких:

- порушення логістичних ланцюгів постачання;
- зниження купівельної спроможності споживачів;
- обмеження експорту через блокування транспортних маршрутів;
- дефіцит пакувальних матеріалів;
- часткове або повне руйнування виробничої інфраструктури в окремих регіонах.

У цих умовах виноробні підприємства змушені адаптувати свої стратегії збуту та управління, шукаючи нові канали реалізації та способи збереження конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Також ключовим викликом для наших виробників є невелика присутність українського вина на внутрішньому ринку. За даними галузевих експертів, лише близько 34% вина, що споживається в Україні, є продукцією вітчизняного виробництва [5].

Якщо говорити про загальну тенденцію вживання алкоголю в Україні, то до переліку алкогольних напоїв, що користуються попитом на нашому ринку, можна додати пиво, горілку, лікерні вироби, вино, коньяк, шампанське та слабоалкогольні напої. Серед зазначених категорій алкогольної продукції вино посідає третє місце, а роздрібний товарообіг цього напою у 2021 році становив близько 7,9 млн грн [5].

Повномасштабна війна, яка триває з лютого 2022 року, суттєво вплинула на всі етапи реалізації виноробної продукції – від збору врожаю до експорту. За оцінками ГО «Укрсадвинпром», Україна втратила понад 16 тис. га виноградників, що становить майже 40% довоєнного фонду, до прикладу, у 2021 році площа виноградників була 41 тис.га, і вже за 2,5 роки скоротилась до 25 тис.га [9]. Особливо постраждали південні регіони

України, де зосереджено понад 70% виноградників, зокрема Одеська, Миколаївська та Херсонська область. Ці території зазнали найбільших руйнувань, що призвело до знищення виноробних підприємств (наприклад, шато князя Трубецького, WineIdea), мінування виноградників, що унеможливлює збирання врожаю, розкрадання складів з готовою продукцією, втрати обладнання, резервуарів, пакувальних ліній [9].

Військовий стан, який запровадили у лютому 2022 року, передбачав тимчасову заборону на продаж алкогольної продукції в багатьох регіонах, що спричинило різке падіння обсягів реалізації. За даними «Укрвинпром», у березні 2022 року збут вина впав на 58%, коньяку – на 66%, ігристих вин – на 67% порівняно з аналогічним періодом 2021 року [10]. Водночас, на жаль, з'явився тренд на «антистресне споживання», коли вино розглядається як засіб емоційного відновлення.

За даними Держстату, станом на 2023 рік в Україні залишилось близько 160 виноробень, з яких понад 40 – крафтові (невеликі, часто сімейні господарства, які виробляють вино невеликими партіями, використовуючи локальні виноградники та приділяючи особливу увагу кожному етапу виробництва [7]), що виробляють до 100 000 літрів вина на рік [8].

До війни понад 65% експорту вина здійснювалося через морські порти. Їх блокування призвело до втрати морської логістики, зростання вартості транспортування через переорієнтацію на наземні маршрути, проблем із пакуванням – дефіциту пляшок, корків, етикеток, а також ускладнення митного оформлення [6,8].

До війни основними каналами реалізації виноробної продукції були роздрібна торгівля, HoReCa (готелі, ресторани, кафе), дегустаційні тури та експорт. З початком бойових дій ці канали зазнали суттєвих змін. Роздрібна торгівля скоротилася через заборони на продаж алкоголю, особливо в прифронтових регіонах. HoReCa втратила значну частину клієнтів через

зниження туристичного потоку та закриття закладів. Експорт ускладнився через логістичні бар'єри та зміну митних правил [10].

У відповідь на ці виклики, винороби почали активно розвивати онлайн–канали збуту. Власні сайти, маркетплейси, соціальні мережі стали основними інструментами реалізації. Наприклад, виноробня «Бейкуш» (Одещина) запустила інтерактивну платформу для замовлення вина з доставкою по Україні та за кордон. Крім того, зросла роль дегустаційних заходів у безпечних регіонах, які стали не лише каналом збуту, а й інструментом формування лояльності споживачів. Також з 2024 року бачимо зростання ролі прямих продажів (D2C), все активнішим стає розвиток локальних логістичних рішень, а також зміщення частини експортних маршрутів (через логістичні обмеження та нові ринки). Одночасно традиційні канали (оптова торгівля, HoReCa) відновлюються, але їхня частка й конфігурація змінились [10,11].

Загалом, зміни у системі реалізації виноробної продукції можна узагальнити у наступній таблиці:

Таблиця 1.2.

Трансформація каналів реалізації виноробної продукції в умовах війни

Канал реалізації	Стан до війни	Зміни під час війни	Поточна тенденція
HoReCa	важливий канал (туризм, ресторани)	різке падіння через закриття закладів	відновлюється, але з новою конфігурацією
Оптова торгівля	стабільна частка	скорочення через падіння	поступове відновлення, але

		попиту та обмеження	з меншою часткою
Онлайн-продажі	розвивалися повільно	активний розвиток (сайти, маркетплейси, соцмережі)	закріплюються як стабільний канал збуту
Прямі продажі (D2C)	Займали швидше другорядне місце і були обмежені	різке зростання через обмеження традиційних каналів	стають ключовим інструментом, формують лояльність

Джерело: створено автором на основі [10],[11].

Війна спричинила переосмислення споживчих пріоритетів. Зросла популярність українського вина як прояву патріотизму, особливо серед молоді 25+. Популяризуються “оранж вайн” та натуральні вина, а також підвищується лояльність до локальних виробників – “підтримай своє” стало соціальним трендом. За даними AgroPortal.ua, внутрішній попит на українське вино у 2023 році зріс на 18% порівняно з довоєнним періодом [12].

У 2022 році було створено бренд Wines of Ukraine – ініціативу Асоціації крафтових виноробів України. Його мета – об’єднання виробників під єдиною маркою, просування українського вина на міжнародному рівні, участь у дегустаціях, конкурсах, культурних заходах. Завдяки цій ініціативі українські вина потрапили до музею вина у Бордо та отримали міжнародні нагороди, зокрема на Concours Mondial de Bruxelles [13,14].

В умовах війни традиційні моделі управління реалізацією продукції виявляються недостатньо ефективними. Зростання невизначеності, порушення логістичних ланцюгів, зміна споживчого попиту та

нестабільність регуляторного середовища вимагають застосування адаптивних управлінських підходів [15]. Одним із таких є Теорія обмежень (Theory of Constraints, TOC), яка дозволяє ідентифікувати вузькі місця в системі реалізації та сконцентрувати ресурси на їх подоланні [15,16]. У контексті виноробної галузі такими обмеженнями можуть бути нестача тари, обмежений доступ до складів, дефіцит персоналу або порушення каналів дистрибуції [15].

Застосування TOC у виноробстві передбачає побудову системи реалізації навколо найвразливішого елементу. Наприклад, якщо основним обмеженням є нестача пляшок, підприємство може тимчасово переорієнтуватися на реалізацію вина в альтернативній упаковці (bag–in–box, кеги), що дозволяє зберегти обсяги продажів [16]. Якщо вузьким місцем є логістика, доцільно створити регіональні хаби або співпрацювати з локальними дистриб'юторами [16]. Такий підхід дозволяє не лише зберегти функціональність системи реалізації, а й підвищити її стійкість до зовнішніх шоків [16].

Іншим ефективним інструментом є Lean–менеджмент, який передбачає мінімізацію втрат та оптимізацію процесів [17]. У виноробстві це може включати скорочення витрат на маркетинг, автоматизацію обліку, впровадження CRM–систем для управління клієнтською базою. В умовах обмежених ресурсів Lean дозволяє зосередитися на ключових процесах, що створюють цінність для споживача [17].

Аналіз досвіду інших країн, що переживали війну, дозволяє виявити ефективні моделі реалізації продукції в умовах кризи. Наприклад, коли у 2006 році росія запровадила ембарго на грузинські вина, винороби були змушені поліпшити якість свого вина і переорієнтуватися на інші ринки. У той час вони активно просували продукцію як елемент національної ідентичності [18]. Також грузини доклали максимум зусиль, щоб зменшити

залежність від російського ринку, і адаптували виробництво та реалізацію до європейських стандартів. Це дало змогу вийти на нові ринки та підкреслити цінність своїх вин. Стратегія виноробів ґрунтувалася на диверсифікації експорту та розширенні присутності на західних ринках. У Лівані, де виноробство існує в умовах хронічної нестабільності, виробники створили кооперативні об’єднання для спільного експорту та зниження витрат [18].

Україна може адаптувати ці моделі, зокрема через створення регіональних кластерів виноробів, розвиток кооперації, спільне використання логістичних потужностей та маркетингових ресурсів [19]. Важливо також формувати наратив українського вина як символу стійкості, культури та європейського вибору, що сприяє його просуванню на міжнародному рівні [19].

Держава відіграє важливу роль у стабілізації виноробної галузі в умовах війни. У 2022 році Кабінет Міністрів України спростив процедуру ліцензування для малих виноробів, що дозволило активізувати діяльність крафтових виробництв [20]. Також було запроваджено механізми компенсації витрат на сертифікацію продукції для експорту в країни ЄС, що є критично важливим у контексті євроінтеграції [20].

Виробники стикаються з проблемами митного оформлення, нестабільністю податкових ставок, складністю реєстрації продукції за кордоном [21]. Крім того, відсутність єдиного цифрового реєстру виноробів ускладнює моніторинг галузі та формування державної політики [22]. У цьому контексті важливою є ініціатива створення платформи Wines of Ukraine (створена експертами «Укрвинпрому» у співпраці з «Офісом просування експорту» у 2019 році), яка об’єднує виробників, експертів та державні органи для координації дій та просування українського вина на міжнародному рівні [22].

Уряд України та міжнародні партнери реалізують низку заходів: гранти на відновлення виробництва (через програми ЄС та USAID), спрощення сертифікації для експорту, інформаційну підтримку – промоцію українського вина як частини культурної дипломатії. Громадська спілка "УКРСАДВИНПРОМ" активно співпрацює з Мінагрополітики щодо адаптації галузі до умов війни [23].

Якщо дивитись ширше, то реалізація виноробної продукції в умовах війни – це не лише виклик, а й можливість знайти шляхи трансформації цієї галузі. Уже зараз ми бачимо, що українські винороби демонструють стійкість, креативність у своїх діях і підходах, інноваційність та здатність адаптуватися. Ключовими факторами успіху є диверсифікація каналів збуту, інтеграція у міжнародні ринки, підтримка локального споживача, розвиток крафтового сектору та бренду Wines of Ukraine [22,23].

1.3 Вплив євроінтеграційних процесів на аграрний сектор та виноробну галузь України

Євроінтеграція України є не лише політичним курсом, а й важливим трансформаційним процесом, що охоплює всі сфери економіки, включно з аграрним сектором. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, підписана у 2014 році, стала відправною точкою для гармонізації законодавства, технічних регламентів, стандартів якості та безпечності продукції. Аграрна галузь, яка традиційно є одним із ключових секторів української економіки, виявилася особливо чутливою до змін, що супроводжують євроінтеграційні процеси [14].

Особливу увагу в цьому контексті заслуговує виноробна галузь – не лише як частина агропромислового комплексу, а й як елемент культурної спадщини, туристичного потенціалу та експортної перспективи України. Виноробство вимагає високої якості продукції, чіткого дотримання

стандартів, географічного маркування та прозорої системи контролю, що є характерними рисами європейського ринку [24,26].

Після підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у 2014 році, Україна взяла на себе зобов'язання щодо адаптації національного законодавства до acquis communautaire – правової системи Європейського Союзу. Це включає гармонізацію технічних регламентів, впровадження системи контролю якості продукції, створення умов для вільної торгівлі аграрними товарами та інтеграцію до Спільної аграрної політики ЄС (Common Agricultural Policy, CAP) [24].

За даними Центру економічної стратегії, у 2022–2024 роках Україна продовжила адаптацію аграрного законодавства, попри повномасштабну війну. Зокрема, було розширено доступ до ринку ЄС для української продукції, надано автономні торговельні преференції, а також активізовано переговори щодо інтеграції до CAP.

CAP (Спільна аграрна політика) є одним із найпотужніших інструментів підтримки сільського господарства в Європі. Вона передбачає прямі виплати виробникам, екологічні вимоги до виробництва, підтримку сільських територій, контроль якості та безпеки продукції. Для України інтеграція до CAP означає не лише доступ до фінансових інструментів, а й необхідність реформування аграрної політики, створення ефективної системи контролю, реєстрації та сертифікації [24].

Виноробна галузь України, яка історично формувалася під впливом радянської моделі централізованого виробництва, зіткнулася з необхідністю глибокої трансформації. Європейський ринок вина характеризується високими вимогами до якості, географічного походження, екологічності та прозорості виробничих процесів. Для українських виробників це означає потребу в адаптації до таких стандартів, як HACCP, ISO 22000, PDO

(Protected Designation of Origin) та PGI (Protected Geographical Indication) [25].

За даними дослідження Володимира Печка [26], ключовими проблемами виноробної галузі в контексті євроінтеграції є:

- експансія імпортної продукції на внутрішньому ринку;
- недостатній рівень якості та стандартизації українського вина;
- відсутність реєстру виноградників та географічних зазначень;
- слабка інституційна підтримка галузі;
- низький рівень обізнаності споживачів щодо українського вина [26].

В Україні правове регулювання виноробства здійснюється на основі Закону «Про виноград та виноградне вино» (який набуває чинності від 1.01.2026 – ЗУ «Про виноград, вино та продукти виноградарства») [27], а також технічних регламентів, що стосуються харчової безпеки. Основні вимоги включають:

- наявність ліцензії на виробництво алкогольної продукції;
- дотримання санітарних норм і стандартів безпечності (включно з HACCP);
- класифікацію вин за типом (столові, марочні, ігристі);
- вимоги до маркування (назва, об’єм, вміст алкоголю, виробник);
- контроль якості на рівні підприємства та Держпродспоживслужби.

У ЄС виноробна продукція регулюється Регламентом (ЄС) № 1308/2013, який встановлює єдині правила для виробництва, класифікації, маркування та реалізації вина [28]. Основні вимоги включають:

- обов’язкову реєстрацію виноградників;
- класифікацію вин за географічним походженням (PDO, PGI);
- дозвіл лише на затверджені енологічні практики;
- контроль якості через сертифікаційні органи;
- вимоги до маркування, що включають походження, сорт, рік урожаю, категорію вина.

Схожими між українськими та європейськими вимогами є положення щодо безпечності продукції, необхідності маркування, контролю якості та ліцензування виробництва. Водночас, ключові відмінності полягають у системі географічного зазначення, класифікації вин за походженням, обмеженнях на енологічні практики та централізованому контролі за реєстром виноградників. Наприклад, в Україні досі не створено повноцінного реєстру виноградників, що унеможливлює впровадження системи PDO/PGI у повному обсязі [28].

Адаптація українських виробників до європейських вимог ще триває. За даними Міністерства аграрної політики, станом на 2024 рік обмежена кількість підприємств (близько 16) мають сертифікацію, що дозволяє експортувати продукцію до ЄС без додаткових перевірок. Частина виробників вже впровадила HACCP, ISO 22000, а також розпочала процедури реєстрації географічних зазначень. Однак більшість малих і середніх виноробів стикаються з фінансовими та адміністративними бар’єрами, що ускладнюють адаптацію [25,27].

У сфері реалізації вина українські підприємства частково дотримуються європейських вимог, особливо ті, що орієнтовані на експорт. Проте на внутрішньому ринку досі поширені випадки маркування продукції без чіткого зазначення походження, використання несертифікованих добавок, а також продажу вина, виготовленого з концентратів, під виглядом натурального. Це свідчить про те, що варто зробити кроки в посиленні контролю, удосконаленні нормативної бази та підтримці виробників у процесі сертифікації [28,29].

Як зазначалось раніше, зниження обсягів виробництва пов’язане з початком повномасштабного вторгнення.

Водночас, деякі підприємства змогли адаптуватися до нових умов, зокрема через переорієнтацію на внутрішній туризм, онлайн–продажі та участь у благодійних ініціативах.

За даними галузевих експертів, станом на 2025 рік лише близько 34% вина, що споживається в Україні, є продукцією вітчизняного виробництва. Ще 10% припадає на так звану «псевдо–Грузію» – вина, що маркуються як грузинські, але фактично виготовляються на українських потужностях. Таким чином, імпортне вино становить понад 50% ринку [30].

Виноробна галузь України перебуває на перехресті викликів і можливостей. З одного боку, вона стикається з численними бар’єрами — нормативними, фінансовими, інституційними, соціальними. З іншого — має унікальний потенціал для інтеграції до європейського ринку, збереження культурної спадщини, розвитку регіонів і форм

Таблиця 1.3

Порівняння вимог до сільськогосподарської продукції в Україні та ЄС

№	Критерій	Україна	ЄС
1	**Законодавча база**	Закон України «Про виноград і вино» (№2662-IV), Закон «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту та алкогольних напоїв».	Регламент (ЄС) №1308/2013 про спільну організацію ринку сільгосппродукції, Регламент (ЄС) №2019/33 — про захищені географічні зазначення.
2	**Система сертифікації та контролю якості**	ДСТУ ISO 9001:2015 (добровільно), обов'язкова сертифікація вин у ДП "Укрметртестстандарт".	Обов'язкові стандарти ЄС — HACCP, ISO 22000, сертифікація органів нагляду (EU Wine Regulatory Committee).
3	**Вимоги до сировини (винограду)**	ДСТУ 4806:2007 — мінімальний вміст цукру, кислотність тощо.	Регламент (ЄС) №1308/2013 — сорти винограду, максимальна врожайність на гектар, ступінь зрілості.
4	**Технологічний процес (виробництво)**	Основні етапи визначені у ДСТУ, але контроль слабший.	У ЄС обмежене використання добавок, обов'язковий контроль процесу ферментації.
5	**Маркування вина**	Регулюється постановами Кабміну і ДСТУ; обов'язкове зазначення міцності, виробника, дати розливу.	Регламент (ЄС) №2019/33 — детальні правила маркування, включаючи географічне зазначення, цукристість, алергени.

6	**Географічні зазначення (GI, PDO, PGI)**	З 2019 року діє Закон «Про правову охорону географічних зазначень» (гармонізований із ЄС).	Система PDO/PGI (Protected Designation of Origin / Protected Geographical Indication).
7	**Екологічні та органічні стандарти**	Закон «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва» (2018).	Регламент (ЄС) 2018/848 — органічне виробництво і маркування.
8	**Експорт та митні правила**	Вимагається сертифікат походження (формат EUR.1), фітосанітарні вимоги.	Внутрішній ринок ЄС — без мит; імпорт з третіх країн — через систему TRACES.

Джерело: Створено автором на основі джерел [24,26,28,].

Для оцінки рівня євроінтеграції підприємства застосовуються методичні підходи, що базуються на аналізі фінансових та операційних показників. У науковій літературі найбільш поширеними є коефіцієнтні методи, які дозволяють оцінити ліквідність, фінансову стійкість, ефективність використання ресурсів та рентабельність діяльності [31]. Такі показники не лише відображають внутрішній стан підприємства, але й демонструють його здатність відповідати вимогам європейських ринків.

Зокрема, для оцінки платоспроможності використовується коефіцієнт поточної ліквідності, який визначається за формулою:

$$КЛ = \frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Поточні зобов′язання}} \qquad (1.1)$$

Цей показник дає змогу оцінити, чи має підприємство достатньо оборотних ресурсів для покриття короткострокових боргів. У контексті євроінтеграції він важливий, адже стабільність розрахунків є однією з ключових вимог для виходу на зовнішні ринки [32].

Фінансова незалежність підприємства характеризується коефіцієнтом автономії:

$$КА = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Всього активів}} \quad (1.2)$$

Чим вищий цей показник, тим менше підприємство залежить від зовнішніх кредиторів. Для європейських партнерів високий рівень автономії є сигналом фінансової стійкості та надійності [24,32].

Ефективність використання активів оцінюється через показник рентабельності активів (ROA):

$$ROA = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середні активи}} \times 100\% \quad (1.3)$$

Аналогічно, рентабельність власного капіталу (ROE) показує, наскільки ефективно підприємство використовує власні кошти:

$$ROE = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середній власний капітал}} \times 100\% \quad (1.4)$$

Оборотність дебіторської заборгованості розраховується за формулою:

$$Ко.дз = \frac{\text{Чистий дохід}}{\text{Середня величина дебіторської заборгованості}} \quad (1.5)$$

Вона демонструє швидкість повернення коштів від клієнтів. У випадку експорту до ЄС цей показник може свідчити про ефективність роботи з іноземними контрагентами, які часто мають довші терміни оплати.

Аналіз вище зазначених коефіцієнтів дозволяє оцінити фінансовий стан підприємства та зробити висновки щодо його готовності до інтеграції у європейський економічний простір [31].

РОЗДІЛ 2. СТАН ТА РОЗВИТОК ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ВИМОГ ЄС

2.1 Аналіз динаміки виробництва та реалізації вина в Україні

Виноробна галузь України протягом останніх років переживає суттєві трансформації, зумовлені як зовнішніми чинниками – повномасштабною російською агресією, так і внутрішніми змінами у законодавстві та структурі ринку.

Україна має давні традиції виноробства, які сягають IV століття до нашої ери, коли на південному березі Криму існували перші виноробні [34]. Сучасний етап розвитку галузі характеризується одночасним скороченням великих виробництв та появою малих крафтових виноробень, що формує нову модель розвитку українського виноробства. Ознайомлення з ринком вина України варто розпочати з огляду динаміки виробництва вина в діапазоні з 2019 по 2024 рік, вона зображена на рис. 2.1.

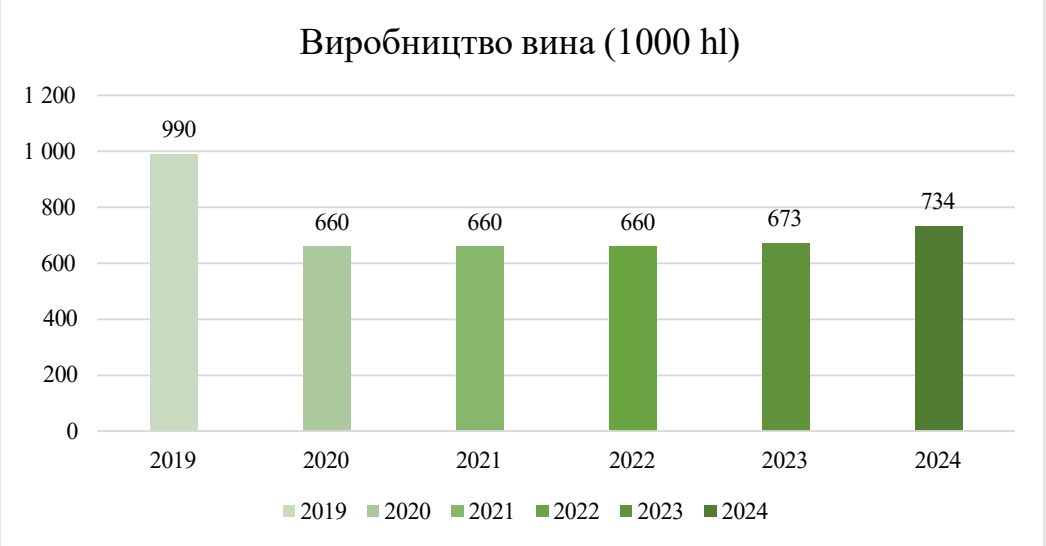

Рис.2.1. Динаміка виробництва вина в Україні (2019–2024 рр)
Джерело: створено автором на основі звітності[33]

Графік виробництва вина в Україні за період 2019 – 2024 років демонструє чітко виражену циклічну динаміку, що відображає вплив зовнішніх економічних, соціальних та кліматичних чинників на галузь. У 2019 році обсяг виробництва досягнув пікових значень – 990 тис. гектолітрів, що свідчить про стабільну роботу виноробних підприємств у

докризовий період. Починаючи з 2020 року, спостерігається різке зниження виробничих показників до рівня 660 тис. гектолітрів, яке зберігалося протягом трьох років поспіль. Така стагнація є наслідком пандемічних обмежень, зменшення внутрішнього попиту, порушення логістичних ланцюгів та загального економічного спаду, що негативно вплинуло на агропромисловий комплекс загалом і виноробство зокрема [34,36].

Починаючи з 2023 року, виробництво демонструє ознаки поступового відновлення: обсяг зріс до 673 тис. гектолітрів, а у 2024 році — до 734 тис., що свідчить про адаптацію галузі до нових умов, активізацію внутрішнього ринку та часткове повернення експортної активності. Відновлення виробництва може бути пов’язане з покращенням кліматичних умов, стабілізацією логістики, а також зростанням інтересу до українського вина як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. У цьому контексті виноробна галузь України демонструє потенціал до сталого розвитку, хоча її динаміка залишається чутливою до глобальних викликів і потребує системної підтримки з боку держави та інституційних інвесторів [37,38].

Також варто розглянути ситуацію з площами виноградників, інформація зображена на рис. 2.2.

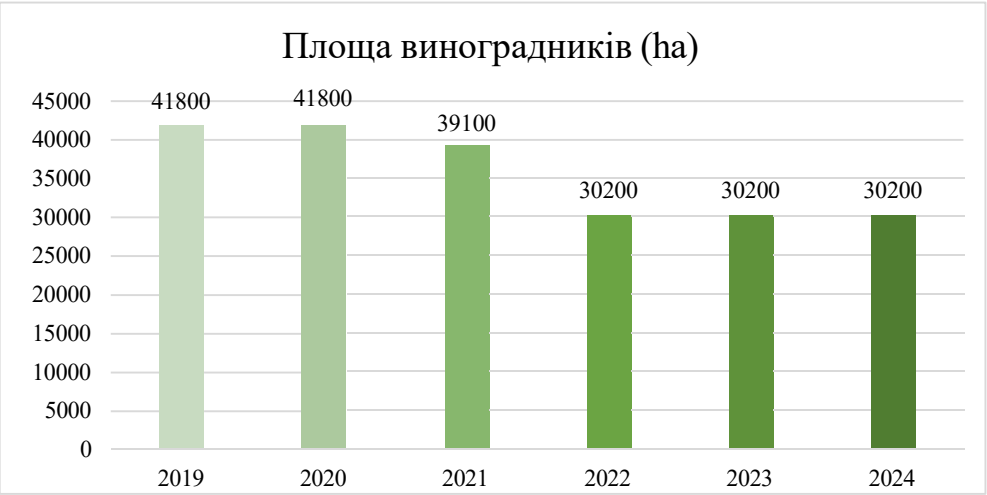

Рис.2.2. Площа виноградників в Україні(2019–2024)

Джерело: створено автором на основі звітності [33]

Графік демонструє чітку тенденцію до скорочення виноградних насаджень в Україні, що має суттєве значення для оцінки стану виноробної галузі. У 2019–2020 роках площа виноградників залишалася стабільною на рівні 41 800 гектарів, що відповідало довоєнному рівню виробничого потенціалу. Починаючи з 2021 року, спостерігається поступове зменшення площ — до 39 100 гектарів, а вже у 2022 році відбувається різке падіння до 30 200 гектарів, яке зберігається протягом наступних двох років без ознак відновлення [33].

Таке скорочення на понад 11 тисяч гектарів (близько 27%) за три роки свідчить про випробування у виноградарстві, що спричинені низкою факторів: військовими діями, втратою доступу до окремих регіонів, зниженням інвестиційної активності, демографічними змінами у сільській місцевості та загальним падінням рентабельності вирощування винограду. Зменшення площ виноградників без відповідного оновлення сортового складу та технологій створює ризики для стабільності сировинної бази виноробних підприємств, особливо тих, що працюють у форматі повного циклу виробництва [39].

Розібравши динаміку виробництва та інформацію про площі виноградних насаджень, маємо загальне розуміння про зниження об’ємів, проте додатково розглянемо якою є ситуація з експортом, для цього розглянемо рис.2.3.

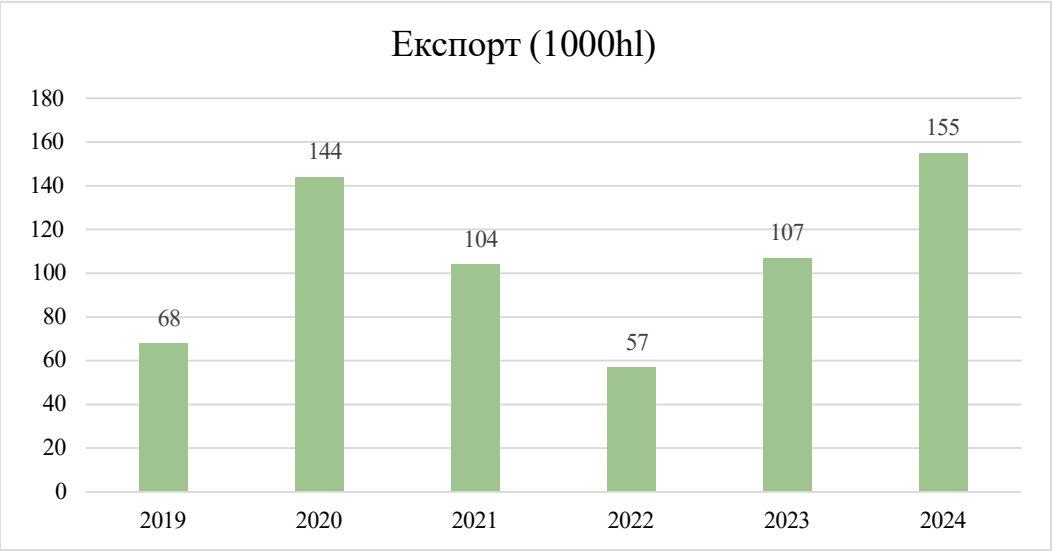

Рис. 2.3. Експортна діяльність виноробної галузі України, 2019–2024 рр.
Джерело: Створено автором на основі звітності [33]

Графік експорту виноробної продукції України за період 2019–2024 років демонструє нестабільну, але загалом позитивну динаміку, що відображає чутливість галузі до зовнішніх чинників та її поступову інтеграцію у міжнародні ринки. У 2019 році обсяг експорту становив 68 тис. гектолітрів, після чого у 2020 році відбулося стрімке зростання до 144 тис. гектолітрів — більш ніж удвічі. Такий стрибок може бути пов'язаний із активізацією зовнішньоекономічної діяльності, розширенням географії поставок та участю українських виробників у міжнародних виставках і конкурсах, що сприяло підвищенню пізнаваності брендів [33,40].

У 2021 році експорт знизився до 104 тис. гектолітрів, а у 2022 році — до 57 тис., що відображає вплив і пандемії, і повномасштабної війни, логістичних обмежень, втрати деяких ринків збуту та загального падіння економічної активності. Проте вже у 2023 році експорт зріс до 107 тис. гектолітрів, а у 2024 — до 155 тис., що є найвищим показником за весь період. Це свідчить про активне відновлення зовнішньої торгівлі, зростання інтересу до українського вина за кордоном, а також про ефективність маркетингових стратегій, які спрямовані на просування продукції на нових ринках [41,42].

Також важливо розглянути динаміку імпорту, щоб мати повне розуміння про виноробство в Україні. На рисунку 2.4. зображено інформацію щодо імпортної діяльності.

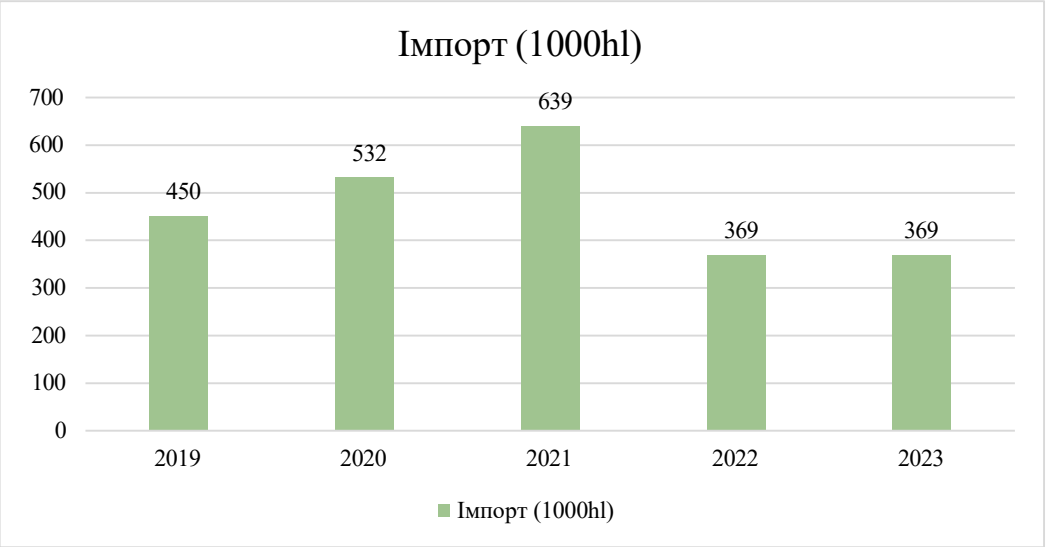

Рис. 2.4. Імпортна діяльність виноробної галузі України, 2019–2023 рр.
Джерело: Створено автором на основі звітності [33]

Графік демонструє виразну зміну динаміки, яка відображає як зростання споживчого попиту, так і вплив зовнішніх кризових чинників. У 2019 році обсяг імпорту становив 450 тис. гектолітрів, після чого у 2020 та 2021 роках спостерігалося стабільне зростання — до 532 тис. і 639 тис. гектолітрів відповідно. Така тенденція свідчить про активізацію внутрішнього ринку, розширення асортименту імпортних вин та зростання культури споживання винної продукції серед українських споживачів [33,43].

Однак у 2022 році, на тлі повномасштабного вторгнення росії, імпорт скоротився до 369 тис. гектолітрів, і цей рівень залишився незмінним у 2023 році. Падіння на понад 40% порівняно з піковими показниками 2021 року є прямим наслідком порушення логістичних ланцюгів, зниження купівельної спроможності населення, ризиків для дистрибуції та загального економічного спаду [43].

Попри загальне скорочення імпорту, у період війни зріс інтерес до ігристих вин, що частково компенсувало падіння в інших сегментах. Водночас статистика демонструє суттєве зниження обсягів поставок з ключових країн: Італія втратила 43,5% експорту до України, Іспанія — 33,6%, Франція — 18,1%, Грузія — 68%, а Молдова — 46%. Така динаміка свідчить про глибокий вплив безпекових ризиків на структуру зовнішньої торгівлі [43,44].

У відповідь на виклики, спричинені війною, великі імпортери та дистриб'ютори були змушені оперативно переглянути свої бізнес–моделі. Зокрема, через загрозу ракетних ударів компанії перейшли до практики розподілу товарних запасів між кількома складами — частину продукції зберігають на власних потужностях, іншу частину передають партнерам у безпечніших регіонах. Такий підхід дозволяє мінімізувати ризики втрати товару, хоча й дещо підвищує витрати на логістику та зберігання. Водночас ці додаткові витрати не мають критичного впливу на кінцеву ціну продукції, що дозволяє зберігати конкурентоспроможність імпортного вина на українському ринку навіть в умовах війни [45,46].

Виноробна галузь України зазнала суттєвого впливу через окупацію Криму, де було зосереджено близько 60% виробництва українських вин, включаючи легендарний завод Масандра [47]. Втрата цих територій призвела до необхідності перебудови галузі та пошуку нових регіонів для розвитку виноградарства. Глобальне потепління створило сприятливі умови для закладання виноградних плантацій у нетипових регіонах, зокрема у Київській області, де станом на 2025 рік працює близько 10 ліцензованих виноробних підприємств [46,48].

Рентабельність вирощування винограду суттєво зросла завдяки активізації переробних підприємств. Якщо у 2023 році вартість одного кілограма винограду на переробку становила від 5 до 8 гривень, то у 2024–

2025 роках вона досягла від 18 до 25 гривень, що стимулювало закладання нових виноградних насаджень [49]. Ця позитивна динаміка цін сприяла розширенню площ під виноградниками навіть в умовах воєнного стану. З 2020 року кількість виноробень збільшилася з 30 до понад 80 точок станом на 2025 рік [48,49].

Регуляторні зміни відіграли ключову роль у розвитку галузі. У 2016 році Верховна Рада скасувала ліцензію на оптову торгівлю для виробників, які виготовляють вино із власного винограду, яка коштувала 500 тисяч гривень на рік [50]. У 2018 році була спрощена процедура отримання ліцензії як на виробництво вина, так і на реєстрацію малих винарень [50]. Після переходу на спрощену процедуру кожен бажаючий може отримати ліцензію за два тижні [51].

У 2024 році вина українських виробників отримували нагороди на таких конкурсах як WineLovers, де Першотвір Червоне отримав срібну медаль із 89 балами, а Biologist Orange Blend – бронзову медаль із 84 балами [53,54]. На Wine&Spirits Ukrainian Awards 2024 десертне кріплене вино з сорту Одеський чорний отримало золото [53].

У 2025 році українське ігристе вино GUT WINE отримало срібну медаль на Mundus Vini [53]. У 2023 році перший об'єднаний стенд українських виноробів із 11 учасників був презентований на винній виставці Prowein у Дюссельдорфі [54]. Український павільйон також представлявся на виставках London Wine Fair та Vyno Dienos у Вільнюсі [55]. Ця активна міжнародна діяльність під брендом Wines of Ukraine сприяє просуванню українських вин на світових ринках.

До 2025 року українські вина експортуються до понад 49 країн, включаючи Японію, Велику Британію, Швецію, Данію, Норвегію та США [57]. Структура виробництва вин в Україні включає три основні сегменти. Перший орієнтований на експорт якісної продукції з власної сировини. Другий здійснює розлив імпортного вина у пляшки для подальшої реалізації

в Україні, зокрема недорогого вина з Чилі та Молдови [57,58]. Третій сегмент орієнтований на місцевий ринок і включає виробництво переважно недорогих вин з дешевих виноматеріалів різної якості обробки [56,57].

Виноробна галузь України стикається з низкою системних проблем, які гальмують її розвиток. Основними викликами є закладення насаджень садивним матеріалом низьких селекційних категорій та невідповідність сортового складу виноградних насаджень вимогам виноробства [59]. Галузева програма виноградарства та виноробства України на період до 2025 року, розроблена у 2009 році, не діє в повному обсязі [60].

Відсутність ефективної державної підтримки та несприятлива конкурентна ціна порівняно з італійськими, французькими, іспанськими та американськими виробниками обмежують експортний потенціал [60]. Кількість позицій українських вин у супермаркетах продовжує скорочуватися, при цьому асортимент зменшився в середньому на чверть через заміну вітчизняного вина імпортним [59,60].

На ринок заходить багато імпорту, проте це не завжди якісна продукція, а зазвичай дешева, що негативно впливає на споживання вітчизняного вина [61]. Серед позитивних тенденцій слід відзначити зростання внутрішнього споживання вітчизняного вина на 3% при зростанні імпорту на 29% за період 2022–2024 років [62]. У 2024 році очікується розблокування портів за умови завершення війни, що призведе до відновлення поставок вина від основних торгових партнерів [63]. При оптимістичному розвитку подій, що передбачає звільнення окупованих територій, зокрема великих виноградників компанії Graevo, прогнозується пожвавлення галузі та можливість наростити виробництво до довоєнного рівня [64]. Основні проблеми та перспективи розвитку виноробного ринку зображені на таблиці 2.1

Таблиця 2.1

Основні проблеми та перспективи виноробної галузі України

Проблеми	**Перспективи**
Окупація Криму й інших територій, та втрата 60% виробниицтва	Розвиток нових регіонів виноградства
Скорочення малих підприємств з 100 до 26	Створення 70 нових виноробень за 2022–2025 рр.
Низька якість садивного матеріалу	Закладання 6 тис. га нових виноградників
Частка імпорту понад 50% на ринку	Зростання експорту на 29% за 2022–2024 рр.
Неконкурентна ціна порівняно з ЄС	Визнання на міжнародних конкурсах
Скорочення асортименту в супермаркетах на 25%	Розширення експорту до більш, ніж 49 країн світу

Джерело: Створено автором на основі [14,19]

Розвиток галузі залежатиме від декількох ключових факторів. Необхідно збільшувати посадки, відновлювати і закладати нові розсадники винограду, покращувати якість вина з визнаних міжнародних сортів, які чудово ростуть на території України, а також розвивати місцеві аборигенні сорти [28].

Важливим є відновлення дії Закону України про збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства та удосконалення механізму надання державної підтримки виноградарству з урахуванням вимог СОТ [64]. Розробка Виноградного кадастру в рамках загального земельного кадастру сприятиме прозорості та контролю в галузі [28].

Аналіз динаміки виробництва та реалізації вина в Україні за період 2019–2025 років виявив суттєві структурні зміни у галузі. Виробництво вина скоротилося з 119 мільйонів літрів у 2020 році до значно менших

показників у 2024 році при одночасному скороченні переробки винограду на 36,5%. Експорт після піку у 2021 році різко знизився у 2022 році через повномасштабну війну, проте демонструє ознаки відновлення із зростанням географії з 21 до 49 країн. Імпорт вина зріс та перевищив 50% ринку у 2023 році, що відображає зменшення вітчизняного виробництва внаслідок окупації ключових виноробних регіонів [57].

Позитивною тенденцією є створення 70 нових виноробних підприємств за 2022–2025 роки завдяки лібералізації законодавства та закладання 5 тисяч гектарів нових виноградників навіть в умовах війни.

Зростання цін на виноград з 5–8 до 18–25 гривень за кілограм значно підвищило рентабельність виноградарства та стимулювало розширення площ. Український виноробний сектор поступово здобуває міжнародне визнання через участь у престижних конкурсах та виставках, отримавши десятки нагород [49] .

Головними викликами залишаються втрата Криму із 60% виробництва, низька якість садивного матеріалу, неконкурентна ціна порівняно з європейськими виробниками та скорочення представленості у роздрібних мережах. Для подальшого розвитку галузі необхідні державна підтримка, відновлення профільного законодавства, створення виноградарсько–виноробного реєстру та звільнення окупованих територій. За умови реалізації цих заходів українське виноробство має потенціал відновити довоєнні обсяги виробництва та суттєво наростити експорт на перспективні міжнародні ринки.

2.2 Державна політика, європейські норми та вимоги у виноробстві та можливості їх впровадження в Україні

Виноробна галузь Європейського Союзу є найбільшою у світі та характеризується найбільш комплексною системою регулювання серед усіх секторів агропромислового виробництва.

Євроінтеграційні процеси в Україні та отримання статусу кандидата на вступ до ЄС вимагають гармонізації національного законодавства у сфері виноградарства та виноробства з європейськими нормами та стандартами. Історично українське виноробство мало давні традиції та значний потенціал розвитку, проте протягом останніх десятиліть галузь стикалася з численними викликами, включаючи втрату Криму з більшістю виноробних потужностей, застаріле законодавство та недостатню державну підтримку.

Прийняття у 2024 році нового євроінтеграційного закону про виноград, вино та продукти виноградарства стало поворотним моментом у реформуванні галузі та наближенні її до європейських стандартів. Метою даного дослідження є комплексний аналіз державної політики України у сфері виноробства протягом 2019–2025 років, детальне вивчення системи європейського регулювання виноробної галузі та оцінка можливостей імплементації європейських норм в українську практику.

Європейське законодавство у сфері виноробства базується на комплексній системі регламентів, що регулюють всі аспекти виробництва та обігу виноградної продукції. Центральним документом виступає Регламент Ради (ЄС) № 1308/2013 щодо спільної організації ринків сільськогосподарської продукції, який встановлює загальні правила функціонування ринку вина [65]. Цей базовий регламент був суттєво оновлений Регламентом (ЄС) 2021/2117, який запровадив нові вимоги до маркування виноробної продукції, зокрема обов'язкове зазначення інгредієнтів, поживної та енергетичної цінності [65].

Делеговані регламенти Комісії деталізують специфічні аспекти регулювання галузі. Регламент (ЄС) 2019/934 визначає авторизовані енологічні практики та обмеження, що застосовуються до виробництва та зберігання виноградних продуктів, включаючи виноробні зони, де дозволяється підвищення міцності напою [66]. Регламент (ЄС) 2019/33 встановлює правила щодо заявок на захист назв походження, географічних

зазначень та традиційних термінів у винному секторі, а також детальні вимоги до маркування та презентації виноробної продукції [68]. Регламент (ЄС) 2018/273 визначає схему авторизації для висадки виноградних лоз, ведення реєстру виноградників, супроводжувальних документів та сертифікації, реєстру надходжень та відправлень, обов'язкових декларацій і повідомлень [66,68].

З 1 серпня 2009 року Європейська Комісія за допомогою держав-членів несе відповідальність за авторизацію енологічних практик, дозволених у Європейському Союзі, базуючись зокрема на практиках, рекомендованих Міжнародною організацією виноградарства та виноробства (OIV) [33]. Держави-члени можуть застосовувати більш суворі обмеження для вин, вироблених на їх території, з метою збереження суттєвих характеристик вин з захищеною назвою походження або захищеним географічним зазначенням. Основні регламенти ЄС у сфері виноробства зображені на таблиці 2.2

Таблиця 2.2

Основні регламенти ЄС у сфері виноробства та їх сфері регулювання

Регламент	Сфера регулювання	Рік прийняття	Ключові положення
Регламент (ЄС) № 1308/2013	Спільна організація ринків сільгосппродукції	2013	Базовий документ для всього винного сектору
Регламент (ЄС) 2021/2117	Оновлення маркування та інформування	2021	Обов'язкові інгредієнти, поживна цінність
Делегований Регламент (ЄС) 2019/934	Енологічні практики та обмеження	2019	Авторизовані методи виробництва вина
Делегований Регламент (ЄС) 2019/33	Захист назв походження та маркування	2019	PDO, PGI, традиційні терміни, етикетування
Делегований Регламент (ЄС) 2018/273	Реєстр виноградників та авторизація посадок	2018	Схема ліцензування, облік, декларації
Регламент (ЄС) № 251/2014	Ароматизовані винні продукти	2014	Визначення, виробництво, маркування

Джерело: Створено автором на основі [54], [55], [56]

Європейська система класифікації вин базується на географічному принципі та включає дві основні категорії якості: захищене найменування за походженням (PDO - Protected Designation of Origin) та захищене географічне зазначення (PGI - Protected Geographical Indication) [67]. Ці категорії замінили у 2011 році попередню систему QWPSR (Quality Wine Produced in a Specified Region) та столових вин, поширивши єдині

стандарти на всі продукти харчування, а не лише на вино [67]. Категорія PDO охоплює продукцію, вироблену, оброблену та підготовлену у визначеній географічній зоні з використанням визнаних технологій, при цьому якість та характеристики продукції суттєво або виключно обумовлені специфічним географічним середовищем з його притаманними природними та людськими чинниками [67].

Вина з захищеним найменуванням за походженням виробляються виключно з винограду з конкретної географічної зони та отримуються виключно з виноградних сортів, що належать до виду Vitis vinifera [67,69]. Усі продукти з PDO статусом повинні бути вироблені виключно з винограду з визначеної території. Захищене географічне зазначення означає вказівку на регіон, конкретне місце або у виняткових випадках країну, яка використовується для ідентифікації продукту, що має специфічну якість, репутацію чи інші характеристики, які можуть бути віднесені до його географічного походження [67].

Всі продукти з PGI статусом повинні бути вироблені з щонайменше 85% винограду з визначеної території [68]. Кожна країна ЄС має власні національні категорії якості, що відповідають загальноєвропейським PDO та PGI. У Франції існує чотири рівні класифікації, де категоріям PDO відповідають AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) та VDQS, а PGI - Vin de Pays [67]. В Італії найбільш ієрархічна система з категоріями DOCG (Denominazione di Origine Controllata e Garantita) та DOC для PDO, а також IGT (Indicazione Geografica Tipica) для PGI [68]. В Іспанії PDO представлено категоріями DOCa (Denominación de Origen Calificada) та DO (Denominación de Origen), а PGI - Vino de la Tierra [68].

У Португалії існують категорії DOC та IPR для PDO і Vinho Regional для PGI [67]. Німеччина та Австрія використовують категорії Prädikatswein і QbA для PDO та Landwein для PGI [67].

Кожне вино з географічним походженням має власну специфікацію,

яка визначає методи виробництва вина, виноробства, хімічні та органолептичні характеристики вина, а також вимоги до упаковки та маркування, якщо такі є [67]. У результаті вина з географічним походженням підлягають регулярним перевіркам, що проводяться на постійній основі незалежними органами, які охоплюють як умови, викладені у специфікації продукту, так і хімічний та органолептичний аналіз [68].

Традиційні терміни позначають метод виробництва або витримки, якість, колір, тип місця або певну подію, пов'язану з історією продукту з PDO або PGI статусом [68]. Деталізований опис національних систем класифікації вин у країнах ЄС зображений на таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Основні регламенти ЄС у сфері виноробства та їх сфері регулювання

Країна	Категорії PDO	Категорії PGi	Особливості системи
Франція	AOC, VDQS	Vin de Pays	Чотири рівні класифікації, найстаріша система
Італія	DOCG, DOC	IGT	Найбільш ієрархічна структура
Іспанія	DOCa, DO	Vino de la Tierra	Регіональна специфіка виробництва
Португалія	DOC, IPR	Vinho Regional	Традиційні винні регіони
Німеччина	Prädikatswein, QbA	Landwein	Орієнтація на якість винограду та цукристість
Австрія	Prädikatswein, Qualitätswein, DAC	Landwein	Регіональний контроль через систему DAC

Джерело: Створено автором на основі [67,68,69]

Європейське законодавство встановлює детальні вимоги до

маркування виноробної продукції, спрямовані на забезпечення прозорості інформації та захисту прав споживачів. З 8 грудня 2023 року набули чинності нові вимоги Регламенту (ЄС) 2021/2117, що зобов'язують виробників надавати інформацію про інгредієнти, поживну цінність, енергетичну цінність та алергени на винах, які продаються у ЄС [69]. Обов'язкова інформація на етикетці включає категорію виноробного продукту відповідно до Регламенту (ЄС) № 1308/2013, терміни PDO або PGI та відповідні назви для вин з такими позначеннями, фактичну міцність за об'ємом алкоголю, вказівку на походження, ім'я розливника або для деяких категорій продуктів ім'я виробника чи продавця, номінальний об'єм, вміст цукру для категорій ігристих вин [68,69].

Ключовою новацією стала можливість надання інформації про інгредієнти та поживну цінність електронними засобами через QR-код або URL-адресу на етикетці вина [70]. Проте алергени та речовини, що викликають непереносимість, повинні з'являтися безпосередньо на продукті або бути фізично прикріпленими до нього [70]. Енергетична цінність також має бути зазначена безпосередньо на етикетці [70]. Важливою вимогою є заборона розміщення будь-якої інформації, призначеної для продажу чи маркетингу, поруч із обов'язковими відомостями про інгредієнти або поживну цінність на електронній етикетці [68?70]. Порушення цього правила є порушенням регламенту та може призвести до вилучення вина з ринку та застосування адміністративних санкцій відповідно до Регламенту (ЄС) 1308/2013 [71].

Список інгредієнтів повинен бути введений словом інгредієнти та включати окремі інгредієнти у порядку зменшення ваги [68,70]. Залишкові інгредієнти, що становлять менше 2% від ваги продукту, можуть бути перелічені в іншому порядку після основних інгредієнтів. Всі інгредієнти повинні бути позначені їх специфічною назвою [70]. Харчові добавки повинні бути згадані у списку інгредієнтів через код

авторизації або специфічну назву, що передується вказівкою на їх функціональну категорію [68,70]. Єдиними дозволеними добавками при виробництві вина є ті, що зазначені у Делегованому Регламенті (ЄС) 2019/934 [72].

Виробники повинні надавати обов'язкову інформацію офіційними мовами кожної країни, де продається вино, що стосується як виробників з ЄС, так і виробників поза межами ЄС, а також застосовується до безалкогольного вина [70]. Адаптація етикеток виходить за межі перекладів, оскільки якщо вино розливається в одній країні ЄС і продається в іншій, інформація як на етикетці, так і онлайн повинна також відповідати нормативним вимогам країни, що продає кінцевий продукт [72]. Виробники вин переважно обирають QR-коди для досягнення відповідності нормам маркування ЄС, оскільки вони можуть автоматично перекладатися відповідною мовою залежно від місця сканування, дозволяють змінювати етикетки в режимі реального часу для виправлення помилок після друку, уникають значних змін фізичних етикеток та надають різну інформацію споживачам залежно від їх місцезнаходження [70].

Проблематика адаптації законодавства до європейських стандартів обговорювалася протягом багатьох років на різних рівнях. Міністерство аграрної політики за підтримки Представництва Європейського Союзу скрупульозно слідувало запровадженню всіх положень сучасного європейського законодавства в відповідні проекти українського законодавства, особливо таких важливих як виноградарсько- виноробний реєстр, зонування виробництва вина, а також обов'язкова декларація щодо виробництва, переробки і запасів. Актуальними залишалися питання удосконалення страхової та податкової політики у сфері виноградно-виноробного виробництва, підвищення ролі науки й освіти, розвитку дорадництва, удосконалення системи управління у виноградно-виноробній

галузі та розроблення галузевої нормативної і технологічної документації, яка відповідає положенням та вимогам Європейського співтовариства.

Проблемою була також ситуація, коли діючі стандарти було скасовано, а на їх заміну не було запропоновано оновлених стандартів та методик. Український інститут вина ініціював подовження терміну чинності необхідних для виробників національних стандартів, що допомогло виробникам виноградно-виноробної продукції вирішити проблему достовірності фізико-хімічних показників виноробної продукції як для внутрішнього споживчого ринку, так і для реалізації на експорт. З 1 січня 2021 року Україна скасувала мито на ввезення вин з ЄС відповідно до зобов'язань з економічної частини асоціації з Євросоюзом, що призвело до значного зростання імпорту європейських вин на український ринок та посилення конкуренції для вітчизняних виробників. На рис. 2.6. продемонстровано еволюцію регуляторної політики України у виноробстві (2016-2026 рр.)

Рис. 2.5. Еволюція регуляторної політики України у виноробстві (2016-2026 рр.)

Джерело: Створено автором на основі звітності даних УКРВИНПРОМ

Принциповим поворотним моментом у реформуванні української виноробної галузі стало прийняття 22 серпня 2024 року Верховною Радою України євроінтеграційного Закону «Про виноград, вино та продукти виноградарства» № 3928-IX. 2 жовтня 2024 року Президент України Володимир Зеленський підписав цей євроінтеграційний закон. Він набуває чинності з 1 січня 2026 року, що надає виробникам та контролюючим органам достатньо часу для підготовки до нових вимог, хоча окремі його норми набрали чинності з 5 жовтня 2024 року [27].

Закон імплементує положення низки ключових актів ЄС, зокрема Регламентів № 1308/2013, № 2021/2117, № 251/2014, № 2019/33, № 2019/34, № 2018/273, № 2019/934, № 2024/1143. Основна мета закону полягає у приведенні у відповідність норм галузевого законодавства з вимогами

міжнародних правил виробництва продуктів виноградарства та виноробства та імплементації положень Регламентів ЄС щодо ведення виноградарства та виноробства, енологічних практик, виробництва ароматизованих винних продуктів, використання і захисту географічних зазначень вин, ароматизованих винних продуктів, та контролю у сфері виноградарства та виноробства [27]. Законом врегульовано вимоги для виробництва і обігу вин, продуктів виноградарства та виноробства, ароматизованих винних продуктів із географічними зазначеннями, аналогічні до сучасних правил в країнах ЄС [27].

Найважливішою новацією закону є створення єдиної державної інформаційної системи виноградарсько-виноробний реєстр, яка включатиме відомості про виробників винограду, виробників виноробної продукції, виноградні ділянки, обов'язкові декларації та інші дані про виноробну продукцію. Завдяки реєстру стане доступною вся інформація про виробництво продукції цієї галузі, а також можна буде простежити походження виноробної продукції, починаючи з вирощування винограду до випуску готової продукції та реалізації вина [73]. У реєстрі буде інформація про те, яку плантацію вирощуваного винограду має виробник, чи має він право називати своє вино під конкретною маркою чи географічною назвою, а також він вноситиме у реєстр абсолютно всі дані про своє виробництво [73]. Тоді у майбутньому зникне умова отримання виробниками ліцензії на виробництво алкогольних напоїв, яка розподіляється за категоріями виробництва [73].

Закон імплементує міжнародні енологічні виноробні практики Міжнародної організації виноградарства та виноробства (OIV), застосовані у всіх виноробних країнах [33]. Він встановлює простежуваність виноградно-виноробної продукції від лози до пляшки, аналогічне маркування з ЄС, а також цифровізує сферу виноградарства та виноробства [73]. Закон сприяє вирішенню проблеми із виробництвом та обігом вина із

географічними зазначеннями аналогічно до сучасних правил у країнах ЄС та визначає механізм захисту на території України географічних зазначень [73]. Важливою нормою закону є заборона на купажування українського вина з імпортованими винами, що забезпечує чистоту і якість національного продукту [73].

Закон передбачає можливість державної підтримки виноградарства та виноробства, імплементує правила щодо маркування та представлення виноробної продукції відповідно до європейських стандартів, встановлює принципи проведення перевірок виробництва виноробної продукції від виноградного куща до кінцевого продукту, визначає контролюючі установи та їх повноваження, конкретизує санкції, які встановлюються за порушення вимог закону [73].

Він приводить терміни та визначення, класифікацію сортів винограду та вимоги до виробництва продуктів виноградарства та виноробства, ароматизованих винних продуктів, а також деякі екологічні практики та обмеження у відповідність до вимог, прийнятих у країнах ЄС [73,74]. Закон також урегулював енологічні практики, які застосовуються до винних продуктів та дозволені для використання в процесі виноробства [73,75].

У таблиці 2.4. продемонстровано ключові новації Закону України про виноград, вино та продукти виноградарства № 3928-IX

Таблиця 2.4

Ключові новації Закону України про виноград, вино та продукти виноградарства № 3928-IX

Новація	**Зміст положення**	**Відповідність регламентам ЄС**	**Термін впровадження**
Виноградарсько-виноробний реєстр	Єдина інформаційна система з даними про виробників,	Регламент (ЄС) 2018/273	З 1 січня 2026 року

	ділянки, декларації		
Енологічні практики OIV	Імплементація міжнародних стандартів виробництва	Регламент (ЄС) 2019/934	З 1 січня 2026 року
Географічні зазначення PDO/PGI	Захист назв походження та географічних зазначень	Регламент (ЄС) 2019/33, 2019/34	З 1 січня 2026 року
Маркування продукції	Європейські стандарти етикетування з інгредієнтами	Регламент (ЄС) 2021/2117	З 1 січня 2026 року
Простежуваність	Контроль від лози до пляшки	Регламент (ЄС) 1308/2013	З 1 січня 2026 року
Заборона купажування	З імпортованими виноматеріалами	Національна вимога	З 5 жовтня 2024 року
Скасування ліцензування	Заміна ліцензій на реєстрацію у реєстрі	Адаптація до ЄС	З 1 січня 2026 року
Державна підтримка	Можливість фінансування галузі	Загальні принципи CAP	Після набрання чинності

Джерело: Створено автором на основі [27,70,71,72, 73,74]

Закон № 3928-IX запроваджує в Україні систему захисту географічних зазначень для виноробної продукції, аналогічну європейській системі PDO та PGI. Це передбачає визначення специфічних виноробних регіонів, встановлення для кожного регіону строгих правил виробництва, переліку дозволених сортів винограду та енологічних практик [73]. Кожне вино з географічним зазначенням

матиме власну специфікацію продукту, яка детально описуватиме всі вимоги до його виробництва, характеристики та методи контролю якості [27,73]. Виробники, які бажають використовувати географічні зазначення, повинні будуть дотримуватися цих специфікацій та проходити регулярні перевірки незалежними контролюючими органами [27]. Україна має значний потенціал для розвитку системи географічних зазначень завдяки різноманіттю кліматичних зон та ґрунтів, що дозволяє вирощувати понад 200 сортів винограду у різних регіонах країни. Традиційними виноробними регіонами є Одеська, Миколаївська, Херсонська, Закарпатська області, а також Крим, який наразі перебуває під тимчасовою окупацією [73,77]. У 2025 році спостерігається розширення географії виноградарства, зокрема у Київській області працює близько 10 ліцензованих виноробних підприємств, що стало можливим завдяки глобальному потеплінню та створенню сприятливих умов для виноградарства у нетипових регіонах [77].

Аналіз міжнародного досвіду впровадження європейських стандартів у виноробстві надає цінні уроки для України. Країни Центральної та Східної Європи, які приєдналися до ЄС у 2004-2007 роках, пройшли через подібний процес адаптації національного законодавства до acquis communautaire у сфері виноробства. Румунія та Болгарія, які вступили до ЄС у 2007 році, розпочали процес гармонізації законодавства у виноробстві ще наприкінці 1990-х років та мали перехідний період близько 10 років для повної імплементації європейських стандартів [78]. Це значно перевищує 15 місяців, які має Україна від прийняття закону до його набрання чинності.

Досвід цих країн показує, що створення реєстрів виноградників та впровадження систем географічних зазначень є найбільш трудомістким та фінансово затратним завданням. Румунія витратила понад 50 мільйонів євро на створення національного реєстру виноградників та

отримала значну технічну допомогу від ЄС [78]. Словенія, яка вступила до ЄС у 2004 році, розпочала процес зонування винних регіонів ще у 1995 році та завершила його лише у 2002 році [79]. Угорщина використала перехідний період для модернізації виноробної галузі та отримала субсидії ЄС на розвиток виноградарства в рамках Спільної аграрної політики [79].

Важливим кроком є необхідність активного залучення виробників до процесу розробки специфікацій для географічних зазначень та інших нормативних документів. У Франції та Італії системи PDO базуються на багатовікових традиціях та активній участі виробничих об'єднань у визначенні правил виробництва вин [77]. Це забезпечує легітимність системи та високий рівень дотримання правил з боку виробників. Хорватія, яка вступила до ЄС у 2013 році, створила національну раду виноградарства та виноробства, яка об'єднала виробників, науковців та представників державних органів для спільної роботи над адаптацією до європейських стандартів [77].

Грузія, хоча і не є членом ЄС, успішно впровадила європейські стандарти у виноробстві в рамках Угоди про асоціацію з ЄС, підписаної у 2014 році [80]. Грузія створила національну систему географічних зазначень для вина, яка визнана ЄС, та отримала захист для своїх традиційних назв вин на європейському ринку [80]. Це відкрило грузинським виноробам доступ до преміум-сегменту європейського ринку та сприяло зростанню експорту. За період 2014-2023 років експорт грузинського вина до ЄС зріс більш ніж у 10 разів [80]. Досвід Грузії демонструє, що країни, які не є членами ЄС, але мають угоди про асоціацію, можуть успішно впроваджувати європейські стандарти та отримувати від цього значні економічні вигоди.

2.3. Визначення проблем, бар'єрів та перспектив розвитку виноробних підприємств України у контексті вимог ЄС

Економічні проблеми включають неконкурентну ціну української виноробної продукції порівняно з італійською, французькою, іспанською та навіть американською. Іноземні виноробні часто отримують державні дотації, що дозволяє встановлювати низьку ціну за пляшку.

За 2020 рік Україна втричі більше імпортувала вина, аніж експортувала, а у 2021 році кількість імпорту ще більше зросла після скасування мита на європейські вина згідно з Угодою про асоціацію [81].

Станом на 2023 рік частка імпорту в натуральних показниках на українському ринку вина становить понад 50%, що є результатом зменшення виробництва внаслідок війни та скорочення кількості малих виробництв [61]. У свідомості споживачів українське вино асоціюється з нижчою якістю, а за кордоном про нього майже не чули [61].

За 2017 рік в Україні споживалося близько 60% українського вина від загальної кількості проданого, а у 2022 році український продукт становив лише 34-36% [82]. Складність доступу до земельних ресурсів становить серйозну перешкоду для розвитку виноградарства, оскільки виноградарство є багаторічним насадженням на 50-70 років, а оренда землі на такі терміни є проблематичною [82]. Виноград починає давати плоди тільки за 4 роки після посадки, що вимагає довгострокових інвестицій та стабільності [82]. Основні проблеми та бар’єри описані на таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Основні проблеми та бар’єри розвитку виноробної галузі України

Категорія проблем	Виклики	Вплив на галузь
Структурні	Старі та зріджені виноградні насадження, невідповідність сортового складу вимогам виноробства	Низька ефективність виробництва, висока собівартість продукції

Воєнні	Знищення виноградників, пошкодження виробничих потужностей, хімічне забруднення грунтів	Скорочення обсягів виробництва на 36,5% у 2024 році, довгострокові екологічні наслідки
Економічні	Неконкурентна ціна, високий рівень імпорту (понад 50%), низька купівельна спроможність	Втрата внутрішнього ринку, скорочення виробництва, обмеження можливостей розвитку
Законодавчі	Відсутність реєстру виробників до 2024 року, протиріччя в законодавстві щодо експорту	Перешкоди для виходу на міжнародні ринки, складність ведення бізнесу
Земельні	Обмежений доступ до земельних ресурсів на довгострокову оренду	Стримування інвестицій у виноградарство, неможливість планування довгострокових проєктів
Іміджеві	Негативне сприйняття якості українського вина споживачами	Низький попит на внутрішньому ринку, складність просування на експорт

Джерело: Створено автором на основі [35,53, 83]

Законодавчі бар'єри включали відсутність реєстру виробників винограду та вина і кадастру виноградників до прийняття закону у 2024 році, що створювало перешкоди для експорту [83]. Існували численні протиріччя в законодавстві, які перешкоджали вітчизняному експорту [83]. У грудні 2021 року виробники підписали меморандум про співпрацю та закликали виділити під українське вино не менше 30% торговельних площ, відведених під виноробну продукцію, проте ця ініціатива не була повністю реалізована [52].

Останніми роками на глобальний ринок винограду та вина впливають зміни клімату, площі виноградників у світі скоротилися з 9,3 мільйона гектарів у 1980 році до 7,3 мільйона гектарів у 2020 році [84].

Виноробна галузь України мас значні перспективи для розвитку, що підтверджується зростанням кількості підприємств, міжнародним

визнанням та законодавчими змінами. За останні роки з 2019 року кількість виноробень зросла більш ніж удвічі, що свідчить про активний розвиток сектору [45]. За роки війни з'явилося близько 70 нових виноробних компаній, що демонструє стійкість галузі та підприємницький інтерес [46]. Прийняття євроінтеграційного закону про виноробство у 2024 році створює правову основу для гармонізації з європейськими стандартами та відкриває шлях до експорту на ринки ЄС.

Створення виноградарсько-виноробного реєстру забезпечить прозорість галузі, покращить контроль якості та полегшить експорт [52]. Запровадження системи географічних зазначень дозволить захистити українські винні бренди та підвищити їхню цінність на міжнародному ринку. Імплементація міжнародних енологічних практик дозволить українським виноробам виробляти продукцію світового рівня .

Розвиток крафтового виноробства відкриває нові можливості для створення унікальних продуктів з високою доданою вартістю [52]. Українські автохтонні сорти винограду, такі як Одеський чорний, Телъті-Курук, Сухолиманський білий, мають потенціал стати конкурентними перевагами на світовому ринку [85].

Причорноморський регіон з його унікальними чорноземними грунтами та мікрокліматом, а також Закарпаття з вулканічними грунтами та гірським мікрокліматом мають значний теруарний потенціал [85]. Зростання вартості винограду на переробку стимулює закладання нових виноградних насаджень та відродження виноградарства [85].

Державна підтримка виноградарства та виноробства, передбачена новим законодавством, може забезпечити фінансування модернізації та розвитку галузі. Розвиток винного туризму може стати додатковим джерелом доходу для виноробень та сприяти популяризації українського вина [27].

Створення національного бренду «Вино України» та його просування

за кордоном за підтримки держави може підвищити пізнаваність української продукції . Діяльність на міжнародних виставках та конкурсах сприяє формуванню позитивного іміджу українського вина. Потенціал експортних ринків є колосальним, 10 років тому було неможливо побачити українські вина за ціною 15-20 євро на полицях європейських магазинів, сьогодні це реальність.

Аналіз структури експорту українського вина за 2023 рік демонструє диверсифікацію напрямків збуту. Найбільшими імпортерами української виноробної продукції стали Румунія, яка займає лідируючу позицію з часткою близько 25% від загального експорту, Японія з часткою 18%, Швеція з 15%, Молдова з 12%, інші країни європейського регіону включно з Великобританією, Данією та Норвегією займають сумарно 30% [56]. Важливим аспектом є поява нових ринків збуту, зокрема азіатського регіону, що свідчить про зростаючий інтерес до українського вина у світі. Структура виробництва вина в Україні характеризується переважанням столових вин, які становлять 65% від загального обсягу, ігристі вина займають 20%, вермути та ароматизовані винні напої 10%, а вина з географічними зазначеннями лише 5% [40]. Така структура потребує корекції у бік збільшення частки вин вищих категорій якості для підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Світовий ринок вина у 2024 році становив 132,9 мільярда доларів США, що на 42% більше, ніж у 2023 році, при цьому споживачі обирають якісніші вина преміального сегменту [86]. Це створює можливості для українських виробників високоякісного вина. Відкриття ринку землі для юридичних осіб може дати поштовх для розвитку виноробства, забезпечуючи довгостроковий доступ до земельних ресурсів. Розвиток цифрових технологій та інновацій у виноробстві може підвищити ефективність виробництва та якість продукції [86]. Основні перспективні напрямки виноробної галузі України продемонстровані на таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Перспективні напрямки розвитку виноробної галузі України

Напрямок розвитку	Заходи	Очікувані результати
Законодавча гармонізація	Імплементація євроінтеграційного закону, створення виноградарсько-виноробного реєстру	Спрощення експорту до ЄС, підвищення прозорості галузі
Розвиток географічних зазначень	Реєстрація та захист унікальних винних регіонів та сортів	Підвищення цінності продукції, захист українських брендів
Крафтове виноробство	Підтримка малих виноробень, спрощення процедур реєстрації	Диверсифікація пропозиції, створення унікальних продуктів
Автохтонні сорти	Популяризація українських автохтонних сортів винограду на міжнародному ринку	Створення унікальної ніші на світовому ринку, підвищення конкурентоспроможності
Експортна експансія	Участь у міжнародних виставках, диверсифікація експортних ринків	Зростання експорту, підвищення впізнаваності українського вина
Винний туризм	Розвиток інфраструктури для винного туризму, промоція регіонів	Додаткові доходи, популяризація вина, розвиток місцевих громад
Державна підтримка	Фінансування модернізації, субсидії виноградарства	Зниження виробничих витрат, стимулювання інвестицій
Земельна реформа	Забезпечення довгострокового доступу до земельних ресурсів	Залучения інвестицій, розширення виноградних насаджень
Підвищення якості	Впровадження міжнародних енологічних практик, інновації	Конкурентоспроможна продукція світового рівня

Джерело: Створено автором на основі [27], [75]

На основі проведеного аналізу можна сформулювати комплекс рекомендацій для розвитку виноробної галузі України у відповідності до вимог ЄС. Першочерговим завданням є повна імплементація євроінтеграційного закону про виноробство та забезпечення його ефективного виконання через створення функціонуючого виноградарсько-виноробного реєстру [27].

Необхідно прискорити процес реєстрації географічних зазначень для

ключових винних регіонів України, таких як Бессарабія, Закарпаття, Херсонщина, Одещина, що дозволить захистити унікальні терруари та підвищити цінність продукції [85]. Розробка та затвердження національної стратегії розвитку виноградарства та виноробства з чітким визначенням пріоритетів, механізмів підтримки та джерел фінансування є критично важливою. Державна підтримка галузі повинна включати субсидії на закладання нових виноградних насаджень якісних сортів, компенсацію частини витрат на придбання сучасного обладнання для виноробства, фінансування навчальних програм для виноробів та виноградарів, підтримку участі у міжнародних виставках та конкурсах [83]. Необхідно вирішити питання довгострокового доступу до земельних ресурсів через створення механізмів довгострокової оренди землі для виноградарських цілей терміном на 50-70 років або надання пільгових умов для викупу земель під виноградники.

Модернізація виробничих потужностей повинна включати впровадження сучасних технологій виноробства відповідно до міжнародних стандартів, оновлення обладнання для забезпечення якості та безпеки продукції, впровадження систем контролю якості на всіх етапах виробництва від виноградника до пляшки . Розвиток експортного потенціалу вимагає створення єдиного національного бренду Вино України з державною підтримкою його просування, організації регулярної участі українських виноробень у ключових міжнародних виставках та конкурсах, встановлення торговельних відносин з провідними імпортерами та дистриб'юторами вина у країнах СС, США, Азії, розробки експортно-орієнтованої продукції з високою доданою вартістю [76,82].

Необхідно сфокусуватися на популяризації автохтонних сортів винограду як унікальної конкурентної переваги України, проведенні селекційної роботи з метою відновлення та вдосконалення автохтонних сортів, створенні колекцій автохтонних сортів у провідних наукових

установах [85]. Розвиток винного туризму може стати важливим напрямком диверсифікації доходів виноробень через створення туристичної інфраструктури на виноробнях, розробку винних маршрутів та організацію винних фестивалів, інтеграцію винного туризму у загальну туристичну пропозицію регіонів [60].

Освітні ініціативи повинні включати створення спеціалізованих навчальних програм з виноробства та виноградарства у вищих навчальних закладах, організацію стажувань українських виноробів у провідних європейських винних регіонах, проведення просвітницьких кампаній серед споживачів щодо культури споживання вина та якості української продукції [58]. Необхідно посилити науково-дослідну роботу у галузі виноградарства та виноробства, включаючи дослідження впливу кліматичних змін на виноградарство та розробку адаптаційних стратегій, вивчення теруарів українських винних регіонів, розробку нових технологій виноробства адаптованих до місцевих умов [34]. Для підвищення конкурентоспроможності на внутрішньому ринку необхідно забезпечити виконання ініціативи щодо виділення не менше 30% торговельних площ під українську виноробну продукцію у мережевих магазинах, проведення маркетингових кампаній з популяризації українського вина, організацію дегустаційних заходів та винних освітніх програм для споживачів [35].

Важливо створити механізми співпраці між виноробами, виноградарями та державними органами через створення галузевих асоціацій та об'єднань, розробку кодексів якості та етичних стандартів галузі, регулярне проведення галузевих форумів та конференцій . Необхідно забезпечити екологічну безпеку виноградарства через моніторинг стану грунтів на предмет забруднення внаслідок військових дій, впровадження органічного виноградарства та біодинамічних практик, розробку програм відновлення забруднених територій.

РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ І ЗБУТОМ ВИНА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

3.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства «Шато Чизай» та аналіз його діяльності у виноробстві

Компанія «Шато Чизай» була заснована у 1995 році і протягом свого існування стала одним із провідних підприємств виноробної та сільськогосподарської галузі України. Компанія зарекомендувала себе як виробник високоякісного вина, що представляє продукцію на внутрішньому та міжнародному ринках, сприяючи популяризації української винної культури за кордоном. Особливістю «Шато Чизай» є те, що підприємство було створене після здобуття Україною незалежності і не базується на радянських традиціях виноробства, що робить його унікальним національним проєктом [87].

Штаб-квартира компанії розташована в селі Берегове Закарпатської області, а власні виноградники площею 272 гектари розміщені у трьох районах регіону. Завдяки особливостям карпатського терруару — м’якому клімату, вулканічним пагорбам, достатньому рівню тепла та вологості — створюються сприятливі умови для вирощування винограду та виробництва вина високої якості.

Засновником «Шато Чизай» є Геннадій Гутман. Загалом, за історію компанії її очолювали чотири керівники, середній термін роботи яких складав близько шести років. Наразі підприємством керує Шолудько Дмитро Павлович [87].

Мета діяльності ТОВ «Шато Чизай» визначається як отримання прибутку від господарсько-фінансової активності та реалізація економічних інтересів учасників товариства. У цьому контексті підприємство функціонує не лише як виробник виноробної продукції, але й як багатопрофільний суб’єкт господарювання, що поєднує аграрний,

промисловий, комерційний та культурно-туристичний напрями. Предмет діяльності товариства охоплює виробництво і розлив алкогольних напоїв, виноградних виноматеріалів та вин, а також здійснення технологічних процесів дистиляції, ректифікації та змішування. Важливим складником є вирощування винограду, що забезпечує підприємство власною сировинною базою та формує замкнутий цикл виробництва [87].

Разом із виноробною спеціалізацією компанія має право здійснювати широкий спектр суміжних видів діяльності, включаючи виробництво соків, безалкогольних напоїв, лікеро-горілчаної та слабоалкогольної продукції, а також інші форми сільськогосподарського товарного виробництва. Статут передбачає можливість оптової та роздрібної торгівлі, транспортно-експедиційних послуг, будівельної діяльності, організації громадського харчування та культурно-розважальних заходів. Особливе місце займає туристичний напрям, що включає функціонування дегустаційних залів, організацію винного туризму, екскурсій, фестивалів та прийом іноземних туристів.

Завдяки такій багатопрофільності, ТОВ «Шато Чизай» отримує стратегічну гнучкість, яка дозволяє адаптуватися до змін ринкової кон’юнктури, диверсифікувати джерела доходів та поєднувати традиційне виноробство з сучасними формами туристично-культурної діяльності. Це створює передумови для формування стійкої бізнес-моделі, орієнтованої на довгостроковий розвиток та інтеграцію у європейський економічний простір [87].

Важливою складовою діяльності підприємства є його організаційна структура. Станом на 2024 рік на підприємстві офіційно зареєстровано 49 працівників, водночас у період збору врожаю застосовується практика додаткового залучення сезонних робітників. Їхня робота необхідна для

забезпечення догляду за виноградниками та виконання початкових етапів процесу виготовлення вина.

Рис. 3.1 Організаційна структура ТОВ «Шато Чизай».

Джерело: Створено автором на основі звітності

Перші вина ферми були випущені у 2010 році, і вже за десять років обсяг виробництва досяг 1,3 мільйона пляшок на рік. Підприємство культивує 14 сортів винограду, серед яких Рислінг, Фурмінт, Мускат Оттонель, Піно Блан, Каберне Совіньон, Мерло та Піно Нуар, що дозволяє формувати широкий асортимент продукції

Асортимент продукції налічує понад 50 найменувань, включаючи напівсолодке червоне «Butterfly», витримане «Cabernet Sauvignon», сухе «Cuvée», біле «Muskotaly», десертне «Ice Wine», а також натуральний виноградний сік. Власні виноградники, лабораторія та сучасне технологічне обладнання забезпечують можливість виробництва продукції різних видів і категорій — від соків до дистилятів, від ігристих до солодких вин [54,76].

Продукцію «Шато Чизай» імпортує 21 країна світу, зокрема США, Японія, Норвегія та Сінгапур, і також вина «Шато Чизай» здобули численні міжнародні нагороди, серед яких медалі London Wine Competition, Japan Wine Challenge, Decanter, Concours Mondial de Bruxelles та інші. У 2023 році підприємство отримало платинову та бронзову медалі на Japan Wine Challenge у Токіо за вина «Троянда Карпат» (десертне, урожай 2021) та «Chersegi Chateau Chizay» (біле сухе) відповідно.

Варто зазначити, що компанія активно розвиває винний туризм. Відвідувачі можуть брати участь у дегустаціях, екскурсіях, винних турах та дитячих освітніх програмах. У 2019 році було відкрито музей виноробства Чиза, присвячений історії регіону, культурі виноградарства та виноробства. Підприємство також організовує дні відкритих дверей, свята врожаю та освітні семінари, спрямовані на підвищення культури споживання вина та популяризацію гастрономічної традиції Закарпаття.

Компанія активно співпрацює з Ужгородським національним університетом, Асоціацією фахівців туристичного супроводу Закарпаття, місцевими виробниками та іншими організаціями. «Шато Чизай» стала першою українською компанією, яка приєдналася до міжнародної екологічної ініціативи The Porto Protocol. Крім того, вона виступила ініціатором створення Асоціації виноградарів і виноробів Закарпаття та сприяла запровадженню захищеного географічного зазначення «Вина Закарпаття» для преміальних продуктів регіону.

У період повномасштабної війни 2022 року підприємство «Шато Чизай» зіткнулося зі скороченням обсягів продажів приблизно на 15%. Проте вже у наступні роки спостерігалося суттєве відновлення ринку: попит на продукцію компанії зріс майже на 50% як у межах України, так і за кордоном. Іноземні споживачі поступово проявляють інтерес до українського вина, однак для закріплення позицій бренду на міжнародному

рівні необхідні додаткові інвестиції у маркетинг та просування. У 2023–2024 роках ключовими країнами, де формується попит на продукцію «Шато Чизай», стали США, Канада, Велика Британія, Франція, Сінгапур, а також держави Північної Європи — Фінляндія, Швеція, Норвегія та Естонія. Найбільший інтерес серед споживачів викликають ігристі вина та біле сухе з сорту Черсегі, тоді як на експорті найбільш затребуваними залишаються витримані червоні вина у дубових бочках.

Реалізація продукції на зовнішніх ринках є складним процесом, особливо за умов недостатньої обізнаності споживачів про українське виноробство та обмежених каналів дистрибуції. Усередині країни компанія реалізує вина через власні магазини, напряму постачає продукцію у торговельні мережі та сегмент HoReCa, а також співпрацює з дистриб'юторами. На експорт продукція постачається через агентів або імпортерів-дистриб'юторів, зокрема у країни з монопольною системою торгівлі алкоголем (Канада, Фінляндія, Норвегія, Швеція).

Для успішного закріплення на міжнародних ринках компанії необхідно вдосконалювати маркетингову стратегію. Вартість українського вина часто є менш конкурентною порівняно з продукцією відомих виноробних регіонів світу, а витрати на логістику та сертифікацію додатково підвищують кінцеву ціну на полицях закордонних магазинів. Тому «Шато Чизай» робить акцент на просуванні унікальних сортів та позиціонуванні своєї продукції як нової для багатьох ринків. Основними інструментами маркетингу виступають участь у міжнародних виставках, дегустаційних заходах та конкурсах, що дозволяють формувати обізнаність про бренд.

Компанія залишається відкритою до співпраці з іноземними партнерами, проте процес розширення присутності на зовнішніх ринках є поступовим і потребує тривалого часу для формування стабільних

замовлень. Водночас варто зазначити, що майже всі допоміжні матеріали для виноградарства та виноробства — від дріжджів і стабілізаторів до корків, бочок та частини пляшок — імпортуються. Навіть етикетки та пакувальні матеріали, які закуповуються у вітчизняних постачальників, здебільшого виготовляються із імпортної сировини. Це створює додаткові витрати та залежність від зовнішніх ринків постачання.

Для більш повної оцінки організаційно-економічної характеристики підприємства важливо також визначити, які внутрішні чинники забезпечують конкурентоспроможність компанії, а які, навпаки, стримують її розвиток, а також які зовнішні умови створюють додаткові можливості чи становлять загрози для діяльності. Тож пропонуємо розглянути SWOT-аналіз компанії «Шато Чизай», який забезпечить бачення позицій на ринку виноробної продукції.

SWOT Analysis

Strengths	Weaknesses
• Власні виноградники з унікальними сортами, зокрема Черсегі. • Сучасне технологічне оснащення та власна лабораторія. • Широкий асортимент продукції: ігристі, сухі, десертні, витримані вина. • Стабільні обсяги виробництва у 2020–2023 роках (650–800 тис. од.). • Активна участь у міжнародних виставках, конкурсах, дегустаціях.	• Висока залежність від імпортних комплектуючих (корки, бочки, етикетки). • Підвищена собівартість продукції через логістику та сертифікацію. • Обмежена впізнаваність українського вина на світовому ринку. • Повільний вихід на ринки з алкогольними монополіями (Канада, Скандинавія). • Падіння продажів у 2022 році на 15% через війну.

• Розгалужена система збуту: власні магазини, HoReCa, дистриб'ютори.	• Відсутність масштабної маркетингової кампанії за кордоном.
Opportunities	Threats
• Зростання попиту на українське вино (збільшення на 50% з 2022 року). • Розширення географії експорту • Попит на унікальні сорти та витримані вина. • Євроінтеграція та адаптація до стандартів ЄС. • Просування бренду через дегустації, фестивалі, участь міжнародних експертів. • Підвищення інтересу до екологічно чистої продукції.	• Військові дії та економічна нестабільність в Україні. • Жорстка конкуренція з винами з Франції, Італії, Чилі, Іспанії. • Валютні коливання та зростання цін на імпорт. • Бар'єри сертифікації та складна логістика при експорті. • Низька обізнаність кінцевого споживача про українське виноробство. • Ризик зниження внутрішнього попиту через падіння купівельної спроможності

Джерело: власна розробка автора

У 2024 році компанія Шато Чизай займала 8 місце на субринку виноробної продукції України– загалом це означає порядковий номер (ранг) компанії серед інших фірм на її ключовому сегменті ринку, поранжованих за виручкою. Чим менше значення, тим більшою є компанія. Показник залежить не тільки від ринкової потужності, а й від загальної кількості компаній у секторі.

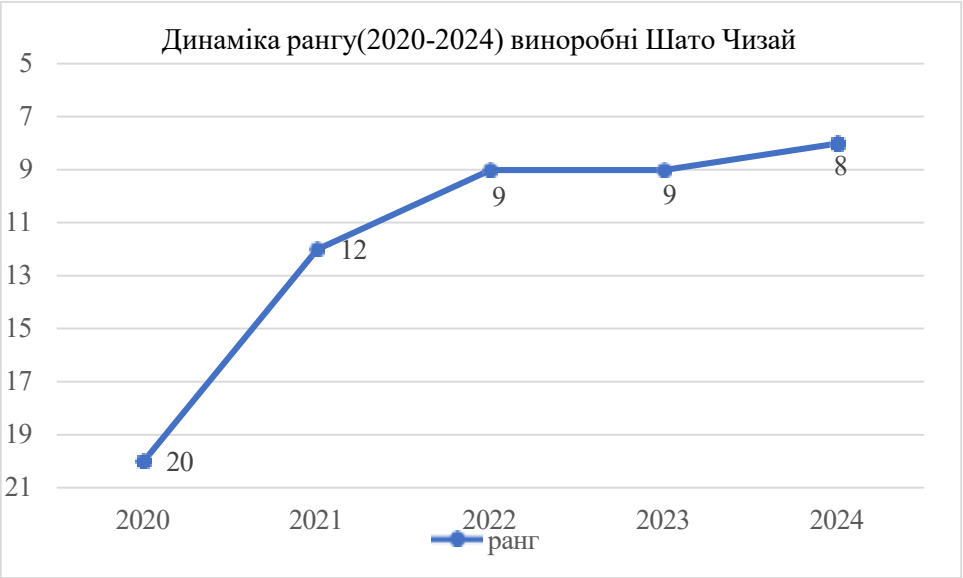

Рис. 3.2. Динаміка рангу виноробні ТОВ «Шато Чизай»

Джерело: Створено автором на основі звітності

Таким чином, аналіз організаційно-економічної характеристики ТОВ «Шато Чизай» дозволяє зробити висновок про те, що підприємство функціонує як гнучка, багатопрофільна структура, здатна адаптуватися до викликів ринку та геополітичних змін. Його діяльність охоплює повний цикл виноробства — від вирощування винограду до реалізації готової продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках, що забезпечує високий рівень операційної автономії та стабільності. Попри складні умови, спричинені війною, компанія демонструє ознаки відновлення, зростання експорту та розширення географії збуту, що свідчить про її конкурентоспроможність і стратегічну орієнтацію на міжнародну інтеграцію.

3.2 Оцінка ефективності виробничих та збутових процесів підприємства ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Фінансовий аналіз підприємства є ключовим інструментом оцінки його економічного стану, платоспроможності та ефективності господарської діяльності [88]. В умовах динамічного ринкового середовища та зростаючої конкуренції у виноробній галузі України систематичний фінансовий аналіз

набуває особливої актуальності для прийняття обгрунтованих управлінських рішень. Коефіцієнтний аналіз фінансової звітності дозволяє кількісно оцінити здатність підприємства виконувати свої зобов'язання, ефективність використання ресурсів та загальну фінансову стійкість.

Коефіцієнт поточної ліквідності є одним з найважливіших показників платоспроможності підприємства та характеризує його здатність покривати поточні зобов'язання за рахунок оборотних активів [88]. Цей показник розраховується як відношення оборотних активів до поточних зобов'язань та дозволяє оцінити, скільки гривень оборотних активів припадає на одну гривню короткострокових зобов'язань [89]. Оптимальне значення коефіцієнта поточної ліквідності знаходиться в межах від 1,0 до 2,0, при цьому значення менше одиниці свідчить про високий фінансовий ризик та неможливість підприємства своєчасно оплатити свої рахунки [89]. Значення коефіцієнта покриття у межах 1,0-1,5 свідчить про те, що підприємство своєчасно погашає борги, а критичне значення дорівнює одиниці [88]. Однак необхідно враховувати, що надмірно високе значення цього коефіцієнта може свідчити про неефективне використання оборотних активів та їх надлишкову іммобілізацію [88]. При інтерпретації коефіцієнта поточної ліквідності важливо враховувати галузеву специфіку підприємства, оскільки для різних галузей нормативні значення можуть істотно відрізнятися [89].

Коефіцієнт автономії, який також називають Коефіцієнтом фінансової незалежності або Коефіцієнтом концентрації власного капіталу, характеризує частку власного капіталу у загальній структурі джерел фінансування підприємства [90]. Цей показник розраховується як відношення власного капіталу до валюти балансу та ступінь фінансової незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування [90]. Нормативне значення коефіцієнта автономії в міжнародній практиці становить не менше 0,5, що означає переважання власного капіталу над позиковим. Високе значення коефіцієнта автономії свідчить про фінансову

стійкість підприємства, його здатність протистояти несприятливим змінам у зовнішньому середовищі та про низький рівень фінансового ризику для кредиторів [90]. Водночас занадто високе значення цього показника може свідчити про недостатнє використання ефекту фінансового левериджу та упущені можливості для розширення діяльності за рахунок залучення позикових коштів [90].

Коефіцієнт автономії перебуває у зворотній залежності з коефіцієнтом фінансової залежності, який показує частку позикового капіталу в структурі пасивів підприємства [91]. Рентабельність активів з комплексним показником, який характеризує ефективність використання всіх активів підприємства незалежно від джерел їх формування та відображає скільки гривень чистого прибутку приносить кожна гривня активів [91]. Коефіцієнт рентабельності активів розраховується як відношення чистого прибутку до середньорічної вартості активів і дозволяє оцінити загальну ефективність використання майна підприємства [92]. Високе значення показника рентабельності активів свідчить про ефективне управління ресурсами підприємства та його здатність генерувати прибуток [93].

Нормативне значення цього коефіцієнта залежить від галузі, в якій функціонує підприємство, проте в загальному випадку позитивна динаміка показника розглядається як сприятлива тенденція [93]. Рентабельність власного капіталу характеризує ефективність використання коштів, інвестованих власниками підприємства, та показує скільки гривень чистого прибутку припадає на одну гривню власного капіталу [92]. Цей показник розраховується як відношення чистого прибутку до середньорічної величини власного капіталу і є одним з найважливіших індикаторів для власників та потенційних інвесторів [92].

Оборотність дебіторської заборгованості характеризує швидкість обертання коштів, вкладених у дебіторську заборгованість, та відображає ефективність кредитної політики підприємства [94]. Коефіцієнт оборотності

дебіторської заборгованості розраховується як відношення виручки від реалізації до середньорічної величини дебіторської заборгованості і показує кількість оборотів, які здійснює дебіторська заборгованість протягом аналізованого періоду [94].

Високе значення коефіцієнта оборотності свідчить про ефективну роботу підприємства з дебіторами та швидке повернення коштів, тоді як низьке значення може вказувати на проблеми з інкасацією заборгованості [94]. На основі коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості розраховується період її погашення, який визначається діленням кількості днів у періоді на коефіцієнт оборотності та показує середню кількість днів, необхідних для погашення дебіторської заборгованості [94]. Аналіз оборотності дебіторської заборгованості необхідно проводити у поєднанні з аналізом якісної структури заборгованості, оскільки наявність значної частки прострочених боргів може спотворювати загальну картину ліквідності підприємства [94].

Для проведення фінансового аналізу діяльності ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" використовуються дані фінансової звітності підприємства за 2023-2024 роки. Основні дані наведені в таблиці 3.1. та таблиці 3.2.

Таблиця 3.1

Основні показники Балансу ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" за 2023-2024 роки, тис. грн

Показник	На початок 2023 р.	На кінець 2023 р.	На кінець 2024 р.
Необоротні активи	18 250	19 180	20 340
Оборотні активи	8 420	9 560	10 780
Запаси	4 680	5 120	5 840
Дебіторська заборгованість	2 940	3 520	3 980
Грошові кошти	800	920	960
Валюта балансу	26 670	28 740	31 120
Власний капітал	15 840	17 220	18 940
Довгострокові зобов'язання	6 120	6 380	6 580
Поточні зобов'язання	4 710	5 140	5 600
Кредиторська заборгованість	3 850	4 240	4 720

Джерело: створено автором на основі звітності ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ

Таблиця 3.2

Основні показники Звіту про фінансовий результат ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ» за 2023-2024 рр., тис.грн

Показник	Рік	
	2023	2024
Чистий дохід від реалізації продукції	24 680	27 420
Собівартість реалізованої продукції	16 240	17 890
Валовий прибуток	8 440	9 530
Адміністративні витрати	2 850	3 120
Витрати на збут	3 210	3 540
Фінансові витрати	680	720
Прибуток до оподаткування	1 700	2 150
Витрати з податку на прибуток	320	430

Чистий прибуток	1 380	1 720

Джерело: створено автором на основі звітності ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Представлені дані відображають фінансовий стан підприємства станом на кінець відповідних звітних періодів та результати його господарської діяльності за 2023-2024 роки. Ці показники будуть використані для розрахунку коефіцієнтів ліквідності, фінансової стійкості, рентабельності та оборотності дебіторської заборгованості.

Коефіцієнт поточної ліквідності характеризує здатність підприємства погашати поточні зобов'язання за рахунок оборотних активів та є ключовим показником платоспроможності. Розрахунок коефіцієнта поточної ліквідності для ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" здійснюється на основі даних Балансу підприємства за формулою: Коефіцієнт поточної ліквідності = Оборотні активи / Поточні зобов'язання.

Коефіцієнт поточної ліквідності (2023) = 9 560 тис. грн / 5 140 тис. грн = 1,860

Коефіцієнт поточної ліквідності (2024) = 10 780 тис. грн / 5 600 тис. грн = 1,925

Узагальнені результати розрахунку зображені в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Динаміка коефіцієнта поточної ліквідності ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Показник	2023 рік	2024 рік	Абсолютна зміна	Темп приросту,%	Нормативне значення
Оборотні активи, тис.грн	9 560	10 780	+ 1 220	+ 12,8	-
Поточні зобов'язання, тис. Грн	5 140	5 600	+ 460	+ 8,9	-
Коефіцієнт поточної ліквідності	1.860	1,925	+ 0,065	+ 3,5	1,0-2,0

Джерело: створено автором на основі звітності ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Отримані результати свідчать про те, що коефіцієнт поточної ліквідності ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" у 2023 році становив 1,860, а у 2024 році зріс до 1,925. Обидва значення знаходяться в межах оптимального діапазону 1,0-2,0, що відповіда рекомендованим нормативам [95].

Це означає, що на кожну гривню поточних зобов'язань у 2023 році припадало 1,86 гривні оборотних активів, а у 2024 році цей показник покращився до 1,93 гривні.

Позитивна динаміка коефіцієнта протягом аналізованого періоду свідчить про зміцнення платоспроможності підприємства та зниження ризику неплатежів [93]. Оборотні активи підприємства зросли на 1 220 тис. грн або на 12,8%, тоді як поточні зобов'язання збільшилися лише на 460 тис. грн або на 8,9%, що призвело до покращення співвідношення між ними.

Значення коефіцієнта на рівні 1,860-1,925 вказує на те, що підприємство має достатній запас ліквідності для своєчасного погашення короткострокових боргів, при цьому не спостерігається надмірної іммобілізації оборотних коштів [93]. З позиції кредиторів такі значення коефіцієнта поточної ліквідності розглядаються як сприятливі та можуть свідчити про низький кредитний ризик [95].

Така структура є типовою для виноробних підприємств, оскільки специфіка галузі передбачае наявність значних запасів готової продукції, сировини та матеріалів для забезпечення безперервності технологічного процесу [96]. Відносно невисока частка грошових коштів компенсується достатнім рівнем ліквідної дебіторської заборгованості, що підтверджується загальним високим рівнем коефіцієнта поточної ліквідності [94].

Структурний аналіз оборотних акгивів показує, що найбільшу частку в їх складі займають запаси, які у 2024 році становили 5 840 тис. грн або 54,2% від загальної суми оборотних активів. Дебіторська заборгованість склала 3 980 тис. грн або 36,9%, а грошові кошти та їх еквіваленти — 960 тис. грн або 8,9%.

Для більш глибокої оцінки платоспроможності підприємства доцільно також розраховувати коефіцієнти швидкої та абсолютної ліквідності. Водночас навіть базовий коефіцієнт поточної ліквідності дає чітке уявлення про задовільний стан платоспроможності ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ».

Коефіцієнт автономії (2023) = 17 220 тис. грн / 28 740 тис. грн = 0,599 або є 59,9%

Коефіцієнт автономії (2024) = 18 940 тис. грн / 31 120 тис. грн = 0,608 або є 60,8%

Узагальнені результати зображені в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Динаміка коефіцієнта автономії ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Показник	2023 р.	2024 р.	Абсолютна зміна	Темп приросту%	Нормативне значення
Власний капітал, тис. грн	17 220	18 940	+1720	+10,0	-
Валюта балансу, тис. грн	28 740	31120	+2380	+8,3	-
Коефіцієнт автономії	0,599	0,608	+0,009	+1,5	> 0,5
Частка позикового Капіталу	0,401	0,392	-0,009	-2,2	

Джерело: створено автором на основі звітності ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Розрахунки показують, що коефіцієнт автономії ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" у 2023 році становив 0,599, а у 2024 році зріс до 0,608, що перевищує рекомендоване нормативне значення на рівні 0,5 [95].

Це означає, що власний капітал підприємства у 2023 році становив 59,9% від загальної суми джерел фінансування, а у 2024 році частка власного капіталу збільшилася до 60,8%.

Позитивна динаміка коефіцієнта автономії свідчить про зміцнення фінансової незалежності підприємства та зниження залежності від зовнішніх джерел фінансування [96]. Власний капітал підприємства за аналізований період зріс на 1 720 тис. грн або на 10,0%, що відбулося в

основному за рахунок реінвестування чистого прибутку в діяльність підприємства.

Валюта балансу при цьому збільшилася на 2 380 тис. грн або на 8,3%, що вказує на екстенсивний розвиток підприємства та розширення масштабів його діяльності [94]. Частка позикового капіталу скоротилася з 40,1% у 2023 році до 39,2% у 2024 році, що є позитивною тенденцією з точки зору фінансової стійкості. Структура позикового капіталу ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" характеризується наявністю як довгострокових, так і поточних зобов'язань. Довгострокові зобов'язання у 2024 році становили 6 580 тис. грн або 21,1% від валюти балансу, а поточні зобов'язання — 5 600 тис. грн або 18,0%. Співвідношення довгострокових та короткострокових зобов'язань на рівні 1,17:1 свідчить про раціональну структуру запозичень, оскільки переважання довгострокових зобов'язань знижує ризик втрати платоспроможності. Значення коефіцієнта автономії на рівні 0,599-0,608 означає, що навіть у разі найнесприятливішого сценарію, коли підприємству довелося б погашати всі свої зобов'язання одночасно, власного капіталу вистачило б для покриття 60% боргів, а реалізація активів могла б забезпечити погашення решти [95]. Високий рівень фінансової автономії ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" створює сприятливі умови для залучення додаткових позикових коштів у разі необхідності, оскільки свідчить про фінансову надійність підприємства з точки зору потенційних кредиторів [96].

Рентабельність активів характеризує ефективність використання всього майна підприємства та показує скільки копійок чистого прибутку генерує кожна гривня активів.

Середньорічна вартість активів (2023) = (26 670 + 28 740) / 2 = 27 705 тис. грн ROA (2023) = 1 380 тис. грн / 27 705 тис. грн * 100% = 4,98%

Середньорічна вартість активів (2024) = (28 740 + 31 120) / 2 = 29 930 тис. грн ROA (2024) = 1 720 тис. грн / 29 930 тис. грн * 100% = 5,75%

Структуризована інформація стосовно динаміки рентабільності активів ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ» зображена в таблиці 3.5

Таблиця 3.5

Динаміка рентабільності активів ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Показник	2023 рік	2024 рік	Абсолютна зміна	Темп приросту, %
Чистий прибуток, тис. грн	1 380	1 720	+340	+24,6
Середньорічна вартість активів, тис. Грн	27 705	29 930	+2 225	+8,0
Рентабельність активів (ROA), %	4,98	5,75	+0,77	+15,5

Джерело: створено автором на основі звітності ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Розрахунки показують, що рентабельність активів ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" у 2023 році становила 4,98%, а у 2024 році зросла до 5,75%, що свідчить про покращення ефективності використання майна підприємства. Це означає, що кожна гривня активів у 2023 році генерувала 4,98 копійок чистого прибутку, а у 2024 році цей показник збільшився до 5,75 копійок. Позитивна динаміка рентабельності активів обумовлена тим, що темп зростання чистого прибутку на 24,6% значно перевищив темп зростання активів на 8,0% [97].

Чистий прибуток підприємства зріс з 1 380 тис. грн у 2023 році до 1 720 тис. грн у 2024 році, що відбулося завдяки збільшенню обсягів реалізації продукції та оптимізації операційних витрат [97].

Для підприємств виноробної галузі України середній рівень рентабельності активів коливається в межах 3-7%, тому отримані показники ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" можна вважати задовільними та такими, що відповідають галузевим стандартам.

Зростання рентабельності активів на 0,77 відсоткових пункти або на 15,5% свідчить про підвищення ефективності управління активами та покращення загальної результативності діяльності підприємства. Аналіз факторів, що вплинули на зміну рентабельності активів, показує що ключову

роль відіграло зростання чистого доходу від реалізації продукції з 24 680 тис. грн у 2023 році до 27 420 тис. грн у 2024 році, тобто на 11,1% . При цьому собівартість реалізованої продукції зросла з 16 240 тис. грн до 17 890 тис. грн, тобто на 10,2%, що вказує на збереження контролю над виробничими витратами та навіть деяке покращення їх відносного рівня [96].

Структурний аналіз активів показує, що у 2024 році необоротні активи становили 20 340 тис. грн або 65,3% від валюти балансу, а оборотні активи — 10 780 тис. грн або 34,7%. Така структура є типовою для виробничих підприємств, які потребують значних капітальних вкладень у основні засоби. Рентабельність необоротних активів у 2024 році становила 1 720 / 20 340 * 100% = 8,46%, тоді як рентабельність оборотних активів склала 1 720 / 10 780*100% = 15,95%.

Більш висока рентабельність оборотних активів пояснюється їх швидшим оборотом та прямим зв'язком з операційною діяльністю підприємства. Порівняння рентабельності активів ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" з середньогалузевими показниками свідчить про ефективне управління підприємством та його конкурентоспроможність на ринку виноробної продукції [96].

Рентабельність власного капіталу є одним з найважливіших показників для власників підприємства та потенційних інвесторів, оскільки характеризує ефективність використання вкладених ними коштів.

Середньорічна величина власного капіталу (2023) = (15 840 + 17 220) / 2 = 16 530 тис. грн ROE (2023) = 1 380 тис. грн / 16 530 тис. грн *100% = 8,35%

Середньорічна величина власного капіталу (2024) = (17 220 + 18 940) / 2 = 18 080 тис. грн ROE (2024) = 1 720 тис. грн / 18 080 тис. три > 100% = 9,51%

Зведена інформація стосовно рентабельності власного капіталу продемонстрована в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Динаміка рентабельності власного капіталу ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Показник	2023 рік	2024 рік	Абсолютна зміна	Темп приросту, %
Чистий прибуток, тис. грн	1 380	1 720	+340	+24,6
Середньорічна величина власного капіталу, тис. грн	16 530	18 080	+1 550	+9,4
Рентабельність власного капіталу (ROE), %	8,35	9,51	+1,16	+13,9
Ефект фінансового левериджу, п.п.	3,37	3,76	+0,39	

Джерело: створено автором на основі звітності ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Розрахунки показують, що рентабельність власного капіталу ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" у 2023 році становила 8,35%, а у 2024 році зросла до 9,51%, що свідчить про підвищення ефективності використання коштів власників [96]. Це означає, що кожна гривня власного капіталу у 2023 році генерувала 8,35 копійок чистого прибутку, а у 2024 році цей показник збільшився до 9,51 копійок.

Позитивна динаміка рентабельності власного капіталу обумовлена випереджаючим зростанням чистого прибутку на 24,6% порівняно зі зростанням власного капіталу на 9,4% [97]. Власний капітал підприємства зріс з 16 530 тис. грн у середньому за 2023 рік до 18 080 тис. грн у середньому за 2024 рік за рахунок реінвестування частини отриманого прибутку .

Ефект фінансового левериджу, який розраховується як різниця між рентабельністю власного капіталу та рентабельністю активів, у 2023 році становив 3,37 відсоткових пункти (8,35% - 4,98%), а у 2024 році збільшився до 3,76 відсоткових пункти (9,51% - 5,75%). Позитивне значення ефекту фінансового левериджу свідчить про те, що залучення позикового капіталу є економічно виправданим та сприяє підвищенню рентабельності власного

капіталу [95]. Це означає, що вартість залучення позикових коштів є нижчою за рентабельність активів, що дозволяє підприємству отримувати додатковий прибуток на власний капітал [96]. Для оцінки привабливості інвестицій у власний капітал підприємства необхідно порівняти отриманий рівень рентабельності з альтернативними можливостями вкладення коштів [97].

Якщо середня ставка за депозитами у банківській системі України у 2024 році становила близько 10-12% річних, то рентабельність власного капіталу ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" на рівні 9,51% можна вважати близькою до ринкової, однак дещо нижчою за безризикову ставку. Це вказує на необхідність подальшого підвищення ефективності використання власного капіталу або на специфічні ризики, пов'язані з діяльністю підприємства у виноробній галузі [97].

Водночас необхідно враховувати, що інвестиції у виробниче підприємство характеризуються довгостроковим характером та потенціалом зростання вартості бізнесу, що не відображається у поточних показниках рентабельності. Зростання рентабельності власного капіталу на 1,16 відсоткових пункти або на 13,9% за рік є позитивною динамікою та свідчить про ефективне управління підприємством.

Оборотність дебіторської заборгованості характеризує швидкість повернення коштів від покупців та ефективність кредитної політики підприємства.

Середньорічна величина дебіторської заборгованості (2023) = (2 940 + 3 520) / 2 = 3 230 тис. грн

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (2023) = 24 680 / 3 230 = 7,64 обороти

Період погашення дебіторської заборгованості (2023) = 365 / 7,64 = 47,8 днів

Середньорічна величина дебіторської заборгованості (2024) = (3 520 + 3 980) / 2 = 3 750 тис. грн

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (2024) = 27 420 / 3 750 = 7,31 обороти

Період погашення дебіторської заборгованості (2024) = 365 / 7,31 = 49,9 днів

Узагальнена інформація стосовно динаміки дебеторської заборгованості наведена в таблиці 3.7

Таблиця 3.7

Динаміка оборотності дебіторської заборгованості ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Показник	2023 рік	2024 рік	Абсолютна зміна	Темп приросту, %
Чистий дохід від реалізації, тис. грн	24 680	27 420	+2 740	+11,1
Середньорічна дебіторська заборгованість, тис. грн	3 230	3 750	+520	+16,1
Коефіцієнт оборотності, обороти	7,64	7,31	-0,33	-4,3

Джерело: створено автором на основі звітності ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Розрахунки показують, що Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості ТОВ "ШАТО ЧИЗАИ" у 2023 році становив 7,64 обороти, а у 2024 році дещо знизився до 7,31 обороти [95]. Це означає, що дебіторська заборгованість підприємства здійснює повний оборот трохи більше семи разів протягом року.

Період погашення дебіторської заборгованості збільшився з 47,8 днів у 2023 році до 49,9 днів у 2024 році, що свідчить про деяке уповільнення розрахунків з покупцями [96]. Зростання періоду погашення на 2,1 дні або на 4,4% може бути пов'язане з наданням більш лояльних умов оплати для збільшення обсягів реалізації або з погіршенням платіжної дисципліни окремих покупців [96].

Середньорічна величина дебіторської заборгованості зросла на 520 тис. грн або на 16,1%, що перевищує темп зростання виручки на 11,1%, внаслідок чого Коефіцієнт оборотності знизився. Для виноробних підприємств України типовий період погашення дебіторської заборгованості становить 45-60 днів, тому показник ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" на рівні 47,8-49,9 днів можна вважати прийнятним та таким, що відповідає галузевим стандартам .

Відносно короткий період погашення дебіторської заборгованості свідчить про ефективну роботу підприємства з покупцями та мінімізацію ризиків неповернення коштів [95]. Важливим аспектом є те, що період погашення дебіторської заборгованості майже в десять разів перевищує середні залишки грошових коштів на рахунках підприємства, що вказує на необхідність активного управління грошовими потоками [96].

Порівняння періоду погашення дебіторської заборгованості з періодом погашення кредиторської заборгованості дозволяє оцінити збалансованість розрахункових відносин підприємства [95].

Узагальнені результати розрахунків перенесені на таблицю 3.8

Таблиця 3.8

Зведена таблиця фінансових коефіцієнтів ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Показник	2023 рік	2024 рік	Нормативне значення	Оцінка
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,860	1,925	1,0-2,0	Відповідає
Коефіцієнт автономії	0,599	0,608	0,5	Перевищує
Рентабельність активів (ROA), %	4,98	5,75	3-7	Відповідає
Рентабельність власного капіталу (ROE), %	8,35	9,51	10	Близько до норми
Оборотність дебіторської заборгованості, обороти	7,64	7,31	6-10	Відповідає
Період погашення дебіторської заборгованості, днів	47,8	49,9	45-60	Відповідає

Джерело: створено автором на основі звітності ТОВ «ШАТО ЧИЗАЙ»

Загальна оцінка фінансового стану ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" на основі розрахованих Коефіцієнтів свідчить про стабільність підприємства та задовільну ефективність його діяльності .

Підприємство демонструє достатній рівень ліквідності для виконання поточних зобов'язань, високу фінансову автономію, прийнятну рентабельність активів та власного капіталу, а також ефективне управління дебіторською заборгованістю. Позитивна динаміка більшості показників протягом аналізованого періоду вказує на ефективність стратегії управління підпрємством та наявність потенціалу для подальшого розвитку .

Проведений фінансовий аналіз діяльності ТОВ "ШАТО ЧИЗАЙ" на основі розрахунку коефіцієнтів ліквідності, фінансової стійкості, рентабельності та ділової активності дозволяє зробити висновок про загалом задовільний фінансовий стан підприємства станом на кінець 2024 року. Підприємство характеризується достатнім рівнем платоспроможності, що підтверджується значенням коефіцієнта поточної ліквідності на рівні 1,925, високою фінансовою незалежністю з Коефіцієнтом автономії 0,608, прийнятною ефективністю використання активів з рентабельністю 5,75% та задовільною рентабельністю власного капіталу на рівні 9,51%. Оборотність дебіторської заборгованості 7,31 обороти на рік з періодом погашення 49,9 днів свідчить про ефективну кредитну політику та раціональне управління розрахунками з покупцями. Серед позитивних тенденцій необхідно відзначити зростання Коефіцієнта поточної ліквідності на 3,5%, що вказує на зміцнення платоспроможності підприємства, підвищення Коефіцієнта автономії на 1,5%, що свідчить про зростання фінансової незалежності, збільшення рентабельності активів на 15,5%, що харакгеризує покращення ефективності використання майна, зростання рентабельності власного капіталу на 13,9%, що демонструє підвищення віддачі на вкладені власниками кошти .

Ці тенденції обумовлені суттєвим зростанням чистого прибутку підприємства на 24,6% при помірному збільшенні активів на 8,3% та власного капіталу на 10,0%, що свідчить про інтенсивний характер розвитку підприємства. Водночас фінансовий аналіз виявив деякі аспекти, які потребують уваги з боку менеджменту підприємства. Незнане уповільнення оборотності дебіторської заборгованості на 4,3% та збільшення періоду її погашення на 4,4% можуть свідчити про необхідність перегляду кредитної політики підприсмства .

Рентабельність власного капіталу на рівні 9,51%, хоча і демонструє позитивну динаміку, залишається дещо нижчою за безризикову процентну ставку на фінансовому ринку України, що може вказувати на наявність резервів для підвищення ефективності використання власних коштів . Відносно висока частка запасів в структурі оборотних активів на рівні 54,2% та невелика частка грошових коштів 8,9% потребують посиленого контролю за управлінням оборотним капіталом .

3.3 Пропозиції щодо оптимізації управління виробництвом і збуту вина в умовах євроінтеграції.

Євроінтеграційні процеси створюють нові виклики та можливості для українського виноробства, що потребує системної трансформації управлінських підходів. 22 серпня 2024 року Верховна Рада України конституційною більшістю ухвалила євроінтеграційний Закон України «Про виноград, вино та продукти виноградарства» (реєстр. № 9139), яким імплементуються положення низки актів ЄС, зокрема Регламентів № 1308/2013, № 2021/2117, № 251/2014, № 2019/33, № 2019/34, № 2018/273, № 2019/934, № 2024/1143 [48]. Цей закон переводить українське виноробство на рейки європейського виноробного стандарту та спрощує рух українського вина до Європи [27].

Ключовими інституційними нововведеннями, що визначатимуть траєкторію розвитку галузі, є - єдиний державний реєстр виноробів України, який, за оцінками експертів, частково запрацює у 2025 році. Володимир Печко прогнозує, що найвірогідніше, більшість виноградарських підприємств України наступного року буде включено до цього реєстру, проте, враховуючи досвід Молдови, де реєстр наразі працює на 83% після кількох років функціонування, Україна також наповнюватиме його протягом кількох років [98]. А також новинкою буде лабораторія ізотопного аналізу, яка запрацює в 2026 році і розбиратиме кожну молекулу вина на деталі та показуватиме, з чого вона складається. Це фактично створює незалежний сертифікаційний центр для контролю за якістю виноробної продукції, сертифікований за міжнародними стандартами [98].

Ці інституційні зміни формують нову парадигму управління, де прозорість, відстежуваність та якість стають не лише декларативними цілями, а технологічно забезпеченими стандартами діяльності.

Трансформація виробничого менеджменту у виноробстві потребує інтеграції традиційних практик із сучасними технологічними рішеннями. Аналіз секторальної стратегії AgroTech у рамках Стратегії цифрового розвитку інновацій до 2030 року (WINWIN) демонструє, що використання штучного інтелекту, інтернету речей та автономних систем може значно підвищити ефективність агросектору [100].

Дослідження показують, що цифровізація збільшує прибутковість агробізнесу на 15-20% [99]. Для виноробної галузі доцільно впроваджувати такі цифрові рішення, як:

- системи моніторингу виноградників на базі IT-технологій, які дозволяють відстежувати стан ґрунту, мікроклімат, рівень зволоження в режимі реального часу ;

- платформи аналітики даних для прогнозування врожайності та оптимізації термінів збору винограду;
- автоматизовані системи управління виробничими процесами, які охоплюють всі етапи від переробки винограду до розливу вина, забезпечуючи контроль якості та відстежуваність кожної партії продукції.

В умовах кліматичних змін критичного значення набуває стійкість виноградників до погодних аномалій. Використання сучасних технологій та цифрове управління водними ресурсами дозволяє зменшити вплив клімату та підвищити врожайність [98]. Це передбачає:

- впровадження систем краплинного зрошення з автоматичним регулюванням на основі даних сенсорів;
- використання дронів для моніторингу стану насаджень та раннього виявлення хвороб;
- застосування точкового внесення засобів захисту рослин.

Трансформація збутової політики у контексті євроінтеграції передбачає перехід від орієнтації на масовий ринок до стратегії створення доданої вартості через якість та унікальність продукції. Як зазначає амбасадор українських вин Сергій Клімов, основна мета експортної стратегії – створити імідж українських вин, продаючи не балк, а пропонуючи готову продукцію з доданою вартістю: унікальні сорти винограду, малі виноробні, нові цікаві регіони та теруарні вина.

Станом на 2024 рік українські вина експортуються до 49 країн [56]. За даними Офісу з розвитку підприємництва та експорту, у 2022 році Україна експортувала вин та вермутів на суму $9,07 млн, а за дев'ять місяців 2023 року загальний експорт склав $8,12 млн. Помітна суттєва зміна географії

експорту: найбільше українських вин придбала Румунія, вперше у списку десяти найбільших покупців з'явилися Японія та Швеція .

Наприкінці 2023 року на ринку країн Балтії представлено вже сім українських виноробень: Beykush Winery, Stakhovsky Wines, Villa Tinta, Father's Wine, Frumushika Nova і Chateau Chizay. На ринку Великої Британії представлено Beykush Winery та Bolgrad, у США вийшли Artwinery та Chateau Chizay.

Якщо говорити про стратегію експортної диверсифікації, то вона передбачає:

1. Сегментацію ринків за рівнем розвитку винної культури та купівельною спроможністю
2. Позиціонування через унікальність автохтонних сортів та історичну спадщину виноробних регіонів
3. Побудову довгострокових партнерств з імпортерами та дистриб'юторами
4. Участь у міжнародних конкурсах для підтвердження якості та підвищення пізнаваності бренду

Сучасний споживач вина потребує багатоканальної взаємодії з виробником. Оцінка інтенсивності використання веб-ресурсів провідними агрокомпаніями України для управління закупівельними, збутовими, логістичними та маркетинговими процесами показує необхідність формування цифрових каналів взаємодії з контрагентами.

Ефективна модель комуніканативного маркетингу включає:

- Розвиток електронної комерції з інтеграцією систем управління запасами

- Впровадження CRM-систем для персоналізації взаємодії з клієнтами
- Використання цифрового маркетингу (соціальні мережі, контент-маркетинг, SEO)
- Організацію винного туризму як каналу прямих продажів та промоції бренду

Загалом на основі проведеного аналізу можна сформулювати комплекс рекомендацій для оптимізації управління виробництвом і збутом вина в умовах євроінтеграції.

На рівні підприємства можна - інвестувати в цифрову трансформацію виробничих та управлінських процесів, враховуючи, що цифровізація підвищує прибутковість на 15-20% [99], розвивати експортну діяльність через диверсифікацію географії збуту та позиціонування через унікальність продукції, впроваджувати системи управління якістю відповідно до європейських стандартів для забезпечення відповідності вимогам ЄС

Якщо говорити про галузь, то тут варто не відтягувати впровадження Єдиного державного реєстру виноробів України для забезпечення прозорості та відстежуваності, забезпечити функціонування лабораторії ізотопного аналізу для незалежного контролю якості, створити галузеві кластери для колективного просування регіональних вин на міжнародних ринках, розвивати освітні програми з енології та виноробства для підготовки кваліфікованих кадрів формувати систему фінансової підтримки для модернізації виноградників та впровадження AgroTech-рішень.

ВИСНОВКИ

1. Виробничий процес у виноробстві є складною багаторівневою системою, що охоплює аграрні, технологічні та управлінські етапи. Кожна стадія — від збору винограду до розливу готового продукту — потребує чіткого планування, контролю та оптимізації. Впровадження міжнародних стандартів, які базуються на вимогах Міжнародної організації виноградарства та виноробства (OIV), і ДСТУ, дозволяє забезпечити якість продукції та її відповідність вимогам ринку (внутрішнього та європейського). Ефективне управління виробничими процесами є основою конкурентоспроможності виноробного підприємства.

2. Реалізація виноробної продукції в умовах війни супроводжується викликами, що охоплюють логістику, попит, інфраструктуру та безпеку. Руйнування виробничих потужностей, дефіцит пакувальних матеріалів і блокування експортних маршрутів знижують ефективність збуту. Водночас внутрішній ринок демонструє низьку частку вмісту українського вина, що посилює конкуренцію з імпортом. Підприємства змушені шукати нові канали реалізації, адаптувати маркетингові стратегії та працювати в умовах нестабільного попиту. У таких умовах управління збутом потребує гнучкості, кризового планування та підтримки держави.

3. Євроінтеграція є не лише викликом, а й шансом для якісного оновлення галузі. Євроінтеграційні процеси відкривають нові перспективи для виноробної галузі України, зокрема доступ до європейських ринків та інвестицій. Водночас адаптація до стандартів ЄС вимагає глибокої трансформації виробництва, сертифікації, екологічного контролю та модернізації обладнання. Гармонізація нормативної бази це ключовий етап, який потребує участь держави, бізнесу та експертного середовища. Для підприємств це означає

необхідність стратегічного планування та інституційної готовності до змін.

4. Динаміка виробництва та реалізації вина в Україні демонструє нестабільність, зумовлену як внутрішніми економічними чинниками, так і зовнішніми обставинами. Падіння обсягів виробництва після 2022 року пов’язане з втратою виноградників, порушенням логістики та зниженням купівельної спроможності. Водночас зберігається потенціал для відновлення, особливо у крафтовому сегменті, який демонструє гнучкість і локальну адаптацію. Стабілізація виробництва можлива лише за умови комплексної підтримки підприємств та стратегічного бачення.

5. Державна політика у сфері виноробства поступово наближається до європейських норм, однак її реалізація залишається фрагментарною. Прийняття законів, що гармонізують технічні регламенти, є важливим кроком, але потребує супроводу — фінансового, інституційного та освітнього. Підтримка малих виробників та доступ до сертифікації мають бути частиною системної стратегії. Важливо, щоб політика була не лише нормативною, а й практично орієнтованою. Тоді за таких умов виноробна галузь зможе адаптуватися до вимог Євросоюзу.

6. Основними бар’єрами розвитку виноробних підприємств є нестача інвестицій, обмежений доступ до ринків, дефіцит сировини та слабка промотування українського вина. Війна посилила ці проблеми, додавши безпекові ризики, втрати інфраструктури та нестабільність логістики. Брак системної підтримки з боку держави ускладнює модернізацію та вихід на зовнішні ринки. Водночас ці бар’єри можна подолати через співпрацю з державою та іншими підприємствами, цифровізацію та участь у міжнародних програмах.

Усунення цих викликів є по суті передумовою сталого розвитку галузі.

7. ТОВ «Шато Чизай» - це приклад підприємства, яке поєднує традиції виноробства з сучасними управлінськими підходами. Компанія демонструє здатність адаптуватися до ринкових змін, впроваджувати інновації та орієнтуватися на якість. Діяльність ТОВ «Шато Чизай» охоплює як внутрішній ринок, так і експорт, що свідчить про стратегічне бачення управлінців. Важливим є акцент на брендування, сертифікації та участі у міжнародних виставках. Такий підхід може бути моделлю для інших підприємств галузі.

8. Аналіз виробничих і збутових процесів ТОВ «Шато Чизай» свідчить про ефективне використання ресурсів, оптимізацію логістики та орієнтацію на споживача. Підприємство активно працює над розширенням експортного потенціалу, зокрема через адаптацію до європейських стандартів. Впровадження систем контролю якості, автоматизація та стратегічне планування є ключовими чинниками успіху. Водночас компанія стикається з тими самими викликами, що й галузь загалом — нестабільність, конкуренція, регуляторні бар’єри.

9. Оптимізація управління у виноробстві має базуватися на поєднанні стратегічного планування, технологічної модернізації та маркетингової гнучкості. Важливо враховувати сезонність виробництва, довготривалі цикли та специфіку споживчого попиту. Автоматизація, енергоефективність та цифрові рішення можуть суттєво підвищити ефективність. Крім того, необхідна інтеграція управлінських рішень із вимогами європейських стандартів. Такий підхід дозволяє забезпечити стабільність, якість і конкурентоспроможність продукції.

Узагальнюючи, можна сказати, що виноробна галузь України перебуває на перехресті викликів і можливостей. Розвиток цього сектору

потребує комплексного управлінського підходу, що включає адаптацію до європейських норм, вміння реагувати на кризові умови та стратегічне бачення. Успішна трансформація можлива лише за умови синергії державної політики, підприємницької ініціативи та інституційної підтримки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ. *Головна | Elib LNTU*. URL: https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/Електроний%20посібник%20з%20Організації%20виробництва%20ЛУЦЬК/page8.html

2. P. E. McGovern. “The Origins and Ancient History of Wine.” The University of Pennsylvania Museum of Archaeology and Anthropology, Jun. 2008.

3. LaMar. (2008, June 24) “Winemaking”. Wine Pros [Online]. Available: http://winepros.org/wine101/enology.htm.ДСТУ 4806:2007 Вина. Загальні технічні умови. Зі Зміною № 1 та Поправкою. *БУДСТАНДАРТ Online - нормативні документи будівельної галузі України*. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=77106

4. Сторінка 3: ДСТУ 4806:2007. Виназагальні технічні умови (33854). *ДНАОП* - Бібліотека нормативно-правових документів та інструкцій. URL: https://dnaop.com/html/33854_3.html (дата звернення: 27.10.2025).

5. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ВИНОРОБСТВА УКРАЇНИ, ЯК ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ | Інновації та технології в сфері послуг і харчування. *Наукові видання Черкаського державного технологічного університету*. URL: https://journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/view/135

6. Логістика України під час війни: виклики та перспективи. *ФОКУС*. URL: https://focus.ua/uk/ukraine/682194-logistika-ukrajini-pid-chas-viyni-vikliki-ta-perspektivi (дата звернення:

7. Юлія Звєрькова. Загартовані під час війни. Що таке Wines of Ukraine та як розвиваються крафтові вина України сьогодні. *NV FOOD*. URL: https://nv.ua/ukr/food/eat/shcho-take-wines-of-ukraine-diyalnist-spivpracya-z-mizhnarodnimi-partnerami-ta-populyarizaciya-vina-50400320.html.

8. Служба новин. Вплив російської агресії на виноробну галузь. *Агрополіт - гаряча агрополітика*. URL: https://agropolit.com/news/29403-ukrayina-vtratila-za-chas-rosiyskoyi-agresiyi-shistnadtsyat-tisyach-vinogradnikiv

9. Економічна правда. Знищені виноградники, вкрадені росіянами колекції вин: як війна впливає на виноробну галузь. *Економічна правда*. URL: https://epravda.com.ua/columns/2023/03/22/698313/

10. ДИСТРИБУЦІЯ ВИНА В УКРАЇНІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ | Економіка та суспільство. *Головна*. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/544 3

11. Дуткевич Валентина. Українське виноробство в умовах війни. Історії успіху і виклики. *Українські новини*. URL: https://ukranews.com/ua/news/982685-decanter-opublikuvav-stattyu-pro-ukrayinskyh-vynorobiv.

12. Агроновини. Укрвинпром прогнозує зменшення урожаю винограду на 30% – AgroPortal.ua. *AgroPortal.ua*. URL: https://agroportal.ua/news/rastenievodstvo/ukrvinprom-prognozuye-zmenshennya-urozhayu-vinogradu-na-30.

13. Всі новини алкоголь | Останні новини на LIGA.net. *Останні новини України та світу. Війни в Україні*. URL: https://www.liga.net/ua/tag/alkogol.

14. Український агросектор у 2024 році: виклики, тенденції та перспективи | Журнал "АгроЕліта". *"АгроЕліта" | Всеукраїнський аграрний журнал*. URL: https://agroelita.info/ukrainskyy-ahrosektor-u-2024-rotsi-vyklyky-tendentsii-ta-perspektyvy/.

15. Sarwar D., Rye S. Frontiers | The impact of the Russia-Ukraine war on global supply chains: a systematic literature review. Frontiers. URL: https://www.frontiersin.org/journals/sustainable-food-systems/articles/10.3389/fsufs.2025.1648918/full.

16. Uncertainty Analysis and Optimization Modeling with Application to Supply Chain Management: A Systematic Review. MDPI. URL: https://www.mdpi.com/2227-7390/11/11/2530.

17. Lean як стратегія виживання: як малий бізнес в Україні вчиться працювати по-новому – Forbes.ua. Forbes.ua | Бізнес, мільярдери, новини, фінанси, інвестиції, компанії. URL: https://forbes.ua/business/lean-yak-strategiya-vizhivannya-yak-maliy-biznes-v-ukraini-vchitsya-pratsyuvati-po-novomu-08082025-31664

18. Impact of the 2006 Russian wine embargo. Georgia Wine Country. URL: https://www.georgiawinecountry.com/impact-of-the-2006-russian-wine-embargo/.

19. Wines under fire: the resilience of Ukraine's winemakers. Identità Golose Web: magazine italiano di cucina internazionale!. URL: https://www.identitagolose.com/sito/en/136/39942/in-cantina/wines-under-fire-the-resilience-of-ukraines-winemakers.html.

20. Спрощено ведення бізнесу для малих виробників вина | Міністерство економіки, довкілля та сільського господарства України. Just a moment... URL: https://me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=79d00577-05fc-4b18-a971-508082fc93c5.

21. Українські вина експортують до майже 50 країн. Landlord. URL: https://landlord.ua/news/ukrainski-vyna-eksportuiut-do-maizhe-50-krain/.

22. Wines of Ukraine. Wines of Ukraine. URL: https://ukr.wine/.

23. Володимир ПЕЧКО: «Українське виноградарство та виноробство, без сумніву, буде розвиватися!» | Журнал «Напої. Технології та Інновації». Журнал «Напої. Технології та Інновації». URL: https://techdrinks.info/volodymyr-pechko-ukrayinske-vynogradarstvo-ta-vynorobstvo-bez-sumnivu-bude-rozvyvatysya/.

24. Olha Trofimtseva Doctor of Agricultural Sciences Ambassador-at-Large of the Ministry of Foreign Affairs (2022 2023). EUROPEAN INTEGRATION OF THE AGRICULTURAL SECTOR: WHAT CAN BE DONE TO STRENGTHEN NEGOTIATING POSITIONS?. URL: https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2024/10/eu-integration-of-the-ukrainian-agri-sector.pdf.

25. Development and implementation of HACCP / ISO 22000 systems in Ukraine | "Cratia"©. «Cratia»©. URL: https://cratia.ua/en/service/haccp-iso-22000/.

26. Володимир Печко. ВИКЛИКИ ДЛЯ ВИНОГРАДАРСЬКО-ВИНОРОБНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ | Економіка та суспільство. URL: http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5099

27. Верховна Рада України. Закон України "Про виноград, вино та продукти виноградарства" від 22 серпня 2024 року № 3928-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua

28. ВИНО: ОГЛЯД НОРМАТИВНОПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ У ЄС ТА УКРАЇНІ. Kyiv School of Economics - Kyiv School of Economics. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2025/04/WIne.pdf.

29. Хотин Р. Війна і вино. Чи може вино стати одним із брендів України?. *Радіо Свобода*. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/ukrayinske-vyno-v-chas-viyny/32993471.html.

30. Виноробство в Україні: сучасний стан і перспективи. АГРОПОЛІТ. URL: https://agropolit.com/blog/475-vinorobstvo-v-ukrayini-suchasniy-stan-i-perspektivi

31. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. 2-ге вид, випр. і доп. Київ : Знання, 2005. 662 с.

32. Економічна статистика / Зовнішньоекономічна діяльність. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/.

33. Міжнародна організація вина та виноробства URL: https://www.oiv.int/what-we-do/data-discovery-report?oiv=

34. DISCOVER THE TASTE OF UKRAINE. Wines of Ukraine. URL: https://ukr.wine/

35. Українське вино: тенденції ринку 2024-2025. Wine Time. URL: https://winetime.com.ua/

36. Перероблення винограду та виробництво виноматеріалів. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/.

37. Винограду у 2024 році переробили на вино значно менше, ніж раніше. Агро 24. URL: https://24tv.ua/agro24/vinogradu-2024-rotsi-pererobili-vino-znachno-menshe-nizh-ranishe_n2734250

38. Винна карта: огляд ринку в таблицях. Agravery. URL: https://agravery.com/uk/posts/show/vinna-karta- oglad-rinku-v-tablicah Галузь виноградарства та виноробства в Україні: шлях до нових

здобутків. TechDrinks. URL: https://techdrinks.info/galuz-vynogradarstva-ta-vynorobstva-v-ukrayini-shlyah-do-novyh-zdobutkiv/

39. Ukrinform. Ukraine's vineyard plantations cut by 14,000 ha over nine years – Agrarian Policy Ministry. Ukrinform - Ukrainian National News Agency. URL: https://www.ukrinform.net/rubric-economy/3679142-ukraines-vineyard-plantations-cut-by-14000-ha-over-nine-years-agrarian-policy-ministry.html.
40. Експорт української виноробної продукції URL: https://kurkul.com/news/34913-ukrayinski-vinorobi-eksportuyut-produktsiyu-do-49-krayin
41. Аналіз експорту вина України URL: https://agroportal.ua/news/ukraina/ukrajinski-vina-eksportuyutsya-v-49-krajin
42. Експорт вина: дані за 2019-2022 роки та 9 місяців 2023 року. Skilky-Skilky. URL: https://skilky- skilky .info/za-9-misiatsiv-2023-eksportovano-9-7-tys-t-vyna/
43. Імпорт вина в Україну перевищив 50% ринку. MinFin. URL: https://minfin.com.ua/
44. Імпорт вина в Україні за часів війни URL: https://drinks.ua/news/import-vina-v-ukraini-za-chasiv-vijni-chekaiemo-privid-piti-shampanske/
45. Кількість виноробень в Україні зросла в умовах війни. Forbes Ukraine. URL: https://forbes.ua/ \
46. Розвиток малих виноробень в Україні 2020-2025. Delo. URL: https://delo.ua/
47. Виноробна індустрія України: від Масандри до крафтових виноробень. EconomicTruth. URL: https://www.epravda.com.ua/

48. Лукашевська А. В Україні з’явилось 70 нових виноробень за час повномасштабної війни. ZAXID.NET. URL: https://zaxid.net/v_ukrayini_zyavilis_70_novih_vinoroben_za_chas_povnomasshtabnoyi_viyni_n1623094.

49. Симонова К. Ціни у 2024 році – на ринку злетів у вартості виноград. novyny.live. URL: https://finance.novyny.live/vinograd-v-ukrayini-podorozhchav-na-tretinu-prichini-ta-tsinovi-prognozi-201658.html.

50. Агроновини. Продовжено подання заявок на держпідтримку виноградарів та виноробів – AgroPortal.ua. *AgroPortal.ua*. URL: https://agroportal.ua/news/finansy/prodovzheno-podannya-zayavok-na-derzhpidtrimku-vinorobiv-ta-vinogradariv.

51. Виноробам в Україні вирішили допомогти на законодавчому рівні. Агрополіт - гаряча агрополітика. URL: https://agropolit.com/news/26289-u-verhovniy-radi-pidtrimali-dva-zakonoproyekti-pro-vinorobstvo.

52. Представники Комітету з питань аграрної та земельної політики взяли участь у Wine&Spirits Forum 2025:. *Комітет з питань аграрної та земельної політики*. URL: https://komagropolit.rada.gov.ua/print/75985.html.

53. Українські вина на міжнародних конкурсах 2024. WineStyle. URL: https://winestyle.com.ua/

54. Decanter World Wine Competition: українські досягнення. Vino. URL: https://vino.ua/

55. Ринок алкогольної продукції. РЕЙТИНГ. URL: https://rating.zone/rynok-alkoholnoi-produktsii/

56. Ukrinform. Україна торік експортувала вино у 49 країн. Укрінформ - актуальні новини України та світу. URL:

https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3735773-ukraina-torik-eksportuvala-vino-v-49-krain.html.

57. Vinetur. Ukraine's wine industry defies odds, expanding to 49 countries worldwide. Vinetur - La revista digital del vino. URL: https://www.vinetur.com/en/2023071874421/ukraine-s-wine-industry-defies-odds-expanding-to-49-countries-worldwide.html.

58. Виноробство в Україні набирає обертів навіть під час війни. Agroportal. URL: https://agroportal.ua/

59. Проблеми виноградарства та шляхи їх вирішення. AgroNews. URL: https://agronews.ua/

60. Журнал «Садівництво». Проблеми виноградарства в Україні на шляху до євроінтеграції. Садівництво і Овочівництво | Горішник – Horticulture&Viticulture | Nuts.

61. Український ринок вина під час війни. BusinessViews. URL: https://businessviews.com.ua/

62. Market research report on wine in Ukraine. 2024 year... URL: https://pro-consulting.ua/en/issledovanie-rynka/analiz-rynka-vina-v-ukraine-2023-god.

63. The wine market of Ukraine in 2024 | Commodity science. Technologies. Engineering. URL: https://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/article/view/2244.

64. Статистика вина України URL: https://www.statista.com/outlook/cmo/alcoholic-drinks/wine/ukraine

65. The wine market of Ukraine in 2024 | Commodity science. Technologies. Engineering. URL: https://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/article/view/2244.

66. EU wine legislation. Agriculture and rural development. URL: https://agriculture.ec.europa.eu/farming/crop-productions-and-plant-based-products/wine/eu-wine-legislation_en.

67. The European wine classification system, AOP, DOC, PGI, PDO etc | BKWine Magazine |. BKWine Magazine. URL: https://www.bkwine.com/features/more/european-wine-classification-system/.

68. European Union Wine Label Information. https://www.wine-searcher.com/. URL: https://www.wine-searcher.com/wine-label-eu.

69. Делегований Регламент Комісії (ЄС) 2020/2146 від 24 вересня 2020 року на доповнення Регламенту Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 2018/848 щодо винятків з правил виробництва в органічному виробництві. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_024-20#Text.

70. Європейська Комісія. Регламент СС щодо виробництва та маркування вин. Official Journal of the European Union. 2024. URL: https://eur-1ex.europa.eu

71. Регламент (ЄС) № 1308/2013 про спільну організацію ринків сільськогосподарських продуктів, (ЄС) № 1151/2012 про схеми якості для сільськогосподарських продуктів та харчових продуктів, (ЄС) № 251/2014 про визначення, опис, представлення, маркування та охорону географічних зазначень ароматизованих винних продуктів та (ЄС). Офіційний вебпортал парламенту України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_029-21#Text

72. Regulation (EU) No 1308/2013 of the European Parliament and of the Council of 17 December 2013 establishing a common organisation of the

markets in agricultural products and repealing Council Regulations (EEC) No 922/72, (EEC) No 234/79, (EC) No 1037/2001 and (EC) No 1234/2007.

73. Аналіз законопроекту «Про виноград та виноградне вино» та винної карти України. Агрополіт - гаряча агрополітика. URL: https://agropolit.com/spetsproekty/931-zakon-pro-vinograd-vino-ta-vinna-karta-ukrayini.

74. Regulations on GIs. Agriculture and rural development. URL: https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/regulations-gis_en.

75. Wine. Agriculture and rural development. URL: https://agriculture.ec.europa.eu/farming/crop-productions-and-plant-based-products/wine_en#marketmonitoring.

76. Home. ProWein | International Trade Fair for Wines & Spirits -- ProWein Trade Fair. URL: https://www.prowein.com/.

77. Geographical indications and quality schemes explained. Agriculture and rural development. URL: https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-and-quality-schemes-explained_en

78. Marinela Ardelean: "Without the involvement of the state there is no true possibility of promoting Romanian wines as a whole, – as a brand itself and as part of the national brand" - Wine Travel Awards. Wine Travel Awards. URL: https://winetravelawards.com/articles-and-interviews/marinela-ardelean-without-the-involvement-of-the-state-there-is-no-true-possibility-of-promoting-romanian-wines-as-a-whole-as-a-brand-itself-and-as-part-of-the-national-brand/.

79. Paradigm Publishing Services | Books, Journals & Research. URL: https://reference-global.com/2/v2/download/article/10.2478/euco-2024-0008.pdf.

80. RFE/RL. Georgia Wines Win Coveted EU 'Indications'. RadioFreeEurope/RadioLiberty. URL: https://www.rferl.org/a/georgia_wines_win_coveted_eu_geographic_indication/24266811.html.

81. Вино з Європи отримало зелене світло в Україну – ввізне мито скасовано. Агрополіт - гаряча агрополітика. URL: https://agropolit.com/news/19187-vino-z-yevropi-otrimalo-zelene-svitlo-v-ukrayinu--vvizne-mito-skasovano.

82. Harvest of Paradoxes: The Dynamics of Ukraine's Wine Market. Drinks+. URL: https://drinks.ua/news/paradox-of-import-and-export-of-ukraine-wine-travel-awards-wines-of-ukraine-en/.

83. Служба новин. Експерт назвав проблеми розвитку галузі виноробства та шляхи їх вирішення. Агрополіт - гаряча агрополітика. URL: https://agropolit.com/news/21638-ekspert-nazvav-problemi-rozvitku-galuzi-vinorobstva-ta-shlyahi-yih-virishennya.

84. https://euroscope.org.ua/wp-content/uploads/2023/11/EUROSCOPE-Digest-6_2023.pdf

85. Ukrainian Wines: 4 Indigenous Grape Varieties - Ukraine Travel News. Ukraine Travel News. URL: https://www.ukrainetravelnews.com/ukrainian-wines-indigenous-grape-varieties/.

86. Агроновини. Винна індустрія вартістю сотні мільярдів переживає турбулентні часи – AgroPortal.ua. AgroPortal.ua. URL:

https://agroportal.ua/blogs/novi-chasi-nove-vino-chi-gotovi-vinorobi-do-zmin.

87. Офіційний сайт ТОВ «Шато Чизай» URL: https://chizay.com/about-us/

88. Фінансовий менеджмент : підручник / за ред. М. І. Крупки. – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2019. – кількість с. – Режим доступу : https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Finansovyy-menedzhment-1.pdf

89. Бутинець Ф.Ф., Горбаток М.І. Фінансовий аналіз діяльності підприємства. Житомир: ЖІТІ, 2021. 384 с.

90. Фінансовий менеджмент : підручник / за ред. д-ра екон. наук, проф. М. І. Крупки ; [М. І. Крупка, О. М. Ковалюк, В. М. Коваленко та ін.]. – Львів : Львівський нац. ун-т, 2019. – 440 с. – Режим доступу : https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Finansovyy-menedzhment-1.pdf

91. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприсмства: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2022. 278 с.

92. Поддерьогін А.М. Фінанси підприємств: підручник. Київ: КНЕУ, 2008. 552 с.

93. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навчальний посібник. Київ: Знання, 2022. 668 с.

94. Фінансова санація і банкрутство підприємств : навчальний посібник / А. Кондрашихін. – Режим доступу : https://shron1.chtyvo.org.ua/Kondrashykhin_Andrii/Finansova_sanatsia_i_bankrutstvo_pidpryiemstv.pdf

95. Фінанси підприємств : навчальний посібник. – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2015. – Режим доступу

:https://financial.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2020/11/Finansy_pidpr15.pdf

96. Фінансовий аналіз у схемах : навчальний посібник. – Режим доступу https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11268/Фінансовий%20аналіз%20у%20схемах.pdf

97. Аналіз господарської діяльності (фінансовий аспект) : навчальний посібник.–Режим доступу https://lnau.lviv.ua/lnau/attachments/065_Аналіз%20господарської%20діяльності%20(Фін).pdf

98. Володимир Печко: У 2025 році відбудеться аудит виноробної галузі України. Агрополіт - гаряча агрополітика. URL: https://agropolit.com/interview/1044-volodimir-pechko-u-2025-rotsi-vidbudetsya-audit-vinorobnoyi-galuzi-ukrayini

99. Працювати прицільно і ефективно: цифровізація збільшує прибутковість агробізнесу на 15−20%. NV Бізнес. URL: https://biz.nv.ua/ukr/markets/biznes-v-ukrajini-yak-agrariyam-zbilshiti-vrozhay-za-dopomogoyu-tehnologiy-eksperti-50469250.html.

100. WINWIN: Секторальна стратегія розвитку AgroTech в Україні. Міністерство цифрової трансформації України. URL: https://thedigital.gov.ua/news/technologies/winwin-sektoralna-strategiya-rozvitku-agrotech-v-ukraini.