

**Міністерство освіти і науки України**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Інститут - Навчально-науковий інститут економіки, управління і бізнесу ім. Г.Е. Вейнштейна

Кафедра - Торговельного підприємництва, товарознавства та управління бізнесом

Ступінь вищої освіти - другий (магістр)

Спеціальність - 076 «Підприємництво та торгівля»

Освітня програма - Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі



**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

**на тему: " АНАЛІЗ КОН'ЮКТУРИ РИНКУ ТА ОСОБЛИВОСТІ МІЖНОРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ФРУКТОВИМИ ВИНАМИ "**

КРМ.ТПТтаУБ.1.801-03.І.1.3

Здобувач \_\_\_\_\_ Зварич Вікторія Сергіївна  
*Підпис*

Керівник \_\_\_\_\_ к.с-г.н., доц. Гарбажій К.С.  
*Підпис*

**Кваліфікаційна робота допускається до захисту**

Рішення кафедри від 09.12.2024 р., протокол № 7

Завідувач кафедри ТПТтаУБ \_\_\_\_\_ Наталія БАСЮРКІНА  
*(підпис)*

Одеса - 2024 р.

Бланк завдання на кваліфікаційну роботу  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І  
МЕНЕДЖМЕНТУ ім. Г.Е.Вейнштейна**

Кафедра - Торговельного підприємництва, товарознавства та управління бізнесом

Ступінь вищої освіти – другий (магістр)

Спеціальність – 076 «Підприємництво та торгівля»

Освітня програма – Підприємництво і торгівля, товарознавство та експертиза в митній справі

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри ТПТтаУБ

Наталія БАСЮРКІНА

«21» грудня 2023 р.

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

**Зварич Вікторії Сергіївни**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи) АНАЛІЗ КОН'ЮКТУРИ РИНКУ ТА ОСОБЛИВОСТІ МІЖНОРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ФРУКТОВИМИ ВИНАМИ затверджена наказом по інституту від «21» грудня 2023 р. № 801-03
2. Термін здачі студентом закінченого проекту (роботи) 01 грудня 2024 р.
3. Вихідні дані до проекту (роботи) п'ять зразки гранатових вин: зразок №1 ТМ «Az-Granata» «Mugam», зразок №2 ТМ «Absheron Sharab» «Nar Bagi», зразок №3; ТМ «Goldenes Vaku», зразок №4 ТМ «Дерево життя», зразок №5 ТМ «Verazzano» нормативний документ ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови».
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)  
Вступ. Розділ 1 Аналіз ринку фруктових вин. 2 Об'єкти та методи дослідження. Розділ 3 товарознавча оцінка та митний контроль фруктових вин. Розділ 4 Охорона праці. Висновки та рекомендації. Список використаних джерел. Додатки
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) презентація в електронному вигляді на 20 слайдах
7. Дата видачі завдання 21.12.2023

Керівник

Завдання прийняв до виконання

Катерина ГАРБАЖІЙ

Вікторія ЗВАРИЧ

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи(роботи)	Примітки
1	Збір об'єктів дослідження якості, пакування та маркування	21.09.2023-25.09.2024	Виконано
2	Збір нормативних документів, визначення методів дослідження	26.09.2023-30.09.2024	Виконано
3	Виконання експериментальних досліджень	04.10.2023-06.10.2024	Виконано
4	Обробка результатів дослідження	09.10.2024	Виконано
5	Аналітичний огляд літератури. Оформлення першого розділу. Вступ.	10.10.2023-14.10.2024	Виконано
6	Оформлення 2-4 розділів	15.10.2023-21.10.2023	Виконано
7	Оформлення висновків	7.10.2023-09.10.2024	Виконано
8	Попередній захист	15.11.2024	Виконано
9	Виправлення помилок. Оформлення списку використаних джерел.	16.11.-01.12.2024	Виконано
10	Оформлення презентації ДР	02.12.2024	Виконано
11	Підготовка ДР до рецензування	03.12.2024	Виконано
12	Виконання рецензування і підготовка до захисту	04-15.12.2024	Виконано
13	Захист КРБ	18-20.12.2024	Виконано

Здобувач-дипломник

Вікторія ЗВАРИЧ

Керівник проекту

Катерина ГАРБАЖІЙ

*Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ. Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.*

Здобувач-дипломник Зварич В. С.

ПІБ

Підпис

## АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота магістра містить 115 сторінок, 25 таблиць, список літератури з 30 найменувань, 6 додатків.

**Метою** виконання роботи є було визначення конюктури ринку та особливостей міжнародної торгівлі фруктовими винами.

**Об'єктом** аналізу, узагальнень і дослідження є товарознавчі відносини між виробниками та митними органами України.

**Завданням роботи передбачено** дослідження ринку фруктових вин, товарознавча оінка та митний контроль.

**За результатами роботи сформульовано висновки** щодо поліпшення якості фруктових вин

**Одержані результати можуть бути використанні на підприємствах** , як заходи з підвищення конкурентоспроможності, розширення ринкової "ніші" та зміцнення їх іміджу.

Рік виконання роботи – 2024.

Рік захисту роботи – 2024.

## SUMMARY

The master's qualification thesis contains 115 pages, 25 tables, a list of references with 30 titles, 6 appendices.

The purpose of the work was determination of the market situation and features of the international trade in fruit wines.

The object of analysis, generalizations and research is the trade relations between manufacturers and customs authorities of Ukraine.

The task of the work envisages fruit wine market research, commodity assessment and customs control.

Based on the results of the work, conclusions were formulated regarding the improvement of the quality of fruit wines

The obtained results can be used at enterprises as measures to increase competitiveness, expand the market "niche" and strengthen their image.

The year of implementation of work - 2024.

The year of presentation of work – 2024.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	6
<b>Розділ 1 АНАЛІЗ РИНКУ ФРУКТОВИХ ВИН</b> .....	8
1.1 Поточний стан та тенденції розвитку ринку фруктових вин .....	8
1.2 Попит і пропозиція на ринку фруктових вин .....	14
1.3 Конкурентний аналіз ключових представників ринку .....	20
1.4. Роль і значення вин у міжнародній торгівлі .....	30
1.5 Споживні властивості фруктових вин.....	35
Висновки до розділу 1 .....	37
<b>РОЗДІЛ 2 ОБ'ЄКТИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕНЬ</b> .....	39
2.1 Об'єкти дослідження.....	39
2.2 Методи дослідження.....	39
2.3 Методологія визначення коду фруктового вина згідно до української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності .....	43
<b>РОЗДІЛ 3 ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА ТА МИТНИЙ КОНТРОЛЬ ФРУКТОВИХ ВИН</b> .....	49
3.1 Характеристика асортименту фруктових вин .....	49
3.2 Оцінка відповідності пакування споживчої тари.....	57
3.3 Оцінка маркування споживчої тари гранатових вин.....	59
3.4 Оцінка якості гранатових вин за органолептичними та фізико-хімічними показниками.....	66
3.5 Розрахунок показників міжнародної торгівлі фруктових вин .....	70
3.6 Застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності при імпорті гранатового вина.....	75
3.7 Визначення країни походження фруктового вина та застосування преференційних заходів .....	84
Висновки до розділу 3 .....	88
<b>РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ</b> .....	91
4.1 Аналіз потенційно небезпечних та шкідливих факторів на підприємстві ...	91
4.2 Розміщення виробничого устаткування при організації робочого місця товарознавця на підприємстві роздрібною торгівлі .....	92
4.3 Забезпечення нормованих показників мікроклімату, чистоти повітря.....	94
4.4 Забезпечення нормованих значень шуму і вібрації .....	96
4.5 Забезпечення нормованих показників освітлення.....	98
4.6 Заходи і засоби захисту працюючих від ураження електричним струмом.....	99
4.7 Вимоги безпеки під час експлуатації персонального комп'ютера.....	101
4.8 Пожежовивбухобезпека, заходи і засоби.....	101
4.9 Шляхи евакуації.....	102
Висновки до розділу 4 .....	103
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b> .....	105
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	110
<b>ДОДАТКИ</b> .....	115

## ВСТУП

Фруктові та виноградні вина - це напої, отримані шляхом зброджування дріжджами плодів ягід. Склад їх залежить від більшого або меншого настояння на мезге, а плодово-ягідних вин від міри розбавлення водою.

Фруктові та виноградні вина близькі по своєму складу до соку початкової сировини. Основна відмінність від соку полягає в тому, що у вині в процесі бродіння утворюється етиловий спирт, гліцерин, молочна і янтарна кислоти, а під час витримки - альдегіди, ацетали і ефіри.

Напої вироблені із плодово-ягідної сировини займають значне місце серед алкогольних напоїв. Їх виробляють в багатьох країнах під назвою плодово-ягідні вина, плодови вина, фруктові вина, медові вина і т.п.

Фруктові вина, як правило, відрізняються самобутністю і оригінальністю смакових, сортових та інших позитивних якостей, в яких проявляються народні традиції.

За останній період в багатьох країнах світу відзначається значне зростання популярності, а, отже різке збільшення виробництва фруктових вин і напоїв.

Митна справа в Україні включає в себе встановлення порядку та організацію переміщення через митний кордон України товарів і предметів, обкладення митом, оформлення, здійснення контролю та інших заходів щодо реалізації митної політики в Україні.

Зі становленням України як суверенної, незалежної держави особливого значення набуло забезпечення її економічної самостійності, невід'ємним елементом якої є митна справа. Вона є складовою зовнішньополітичної та зовнішньоекономічної діяльності України.

Засади митної справи, у тому числі розміри податків і платежів та умови тарифного регулювання, спеціальні митні зони і митні режими на території України, перелік товарів, експорт, імпорт та транзит яких через територію України забороняється, визначаються виключно законами

Українами та Митним кодексом України, який прийнято Законом України №4495- VI, «Митний кодекс України» від 13 березня 2012 р. та розроблено з урахуванням міжнародних стандартів.

Метою роботи є проведення товарознавчих досліджень асортименту та якості фруктових вин та розглядання основних положень стосовно митного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Для досягнення даної мети необхідно було розв'язати наступні завдання:

- провести аналіз сучасного стану імпортно-експортних операцій відносно фруктових вин;
- розрахувати абсолютні показники та визначити ефективність здійснення міжнародної торгівлі з фруктових вин
- провести товарознавчі дослідження гранатових напівсолодких вин за відповідністю маркування, органолептичними та фізико-хімічними властивостями;
- поглибити практичні самостійні навички роботи з нормативною документацією при оформленні гранатового вина, яке переміщуються через Митний кордон України;
- провести аналіз сучасного стану законодавства України, що регламентує переміщення гранатового вина через Митний кордон України;
- визначити код фруктового вина згідно до української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД);
- застосувати до гранатового вина заходи нетарифного регулювання, що переміщується через Митний кордон України.

Об'єкт досліджень – зразки гранатових напівсолодких вин.

Предмет досліджень – органолептичні і фізико-хімічні показники якості напівсолодких червоних вин.

## РОЗДІЛ 1

### АНАЛІЗ РИНКУ ФРУКТОВИХ ВИН

#### 1.1 Поточний стан та тенденції розвитку ринку фруктових вин

Ринок фруктових вин останніми роками демонструє динамічний розвиток, що обумовлено зростанням попиту на нішеві та натуральні алкогольні напої. У цьому підрозділі аналізується сучасний стан ринку фруктових вин, основні тенденції, що формують його розвиток, а також фактори, що впливають на попит і пропозицію. Ринок фруктових вин останніми роками демонструє динамічний розвиток, що обумовлено зростанням попиту на нішеві та натуральні алкогольні напої. У цьому підрозділі аналізується сучасний стан ринку фруктових вин, основні тенденції, що формують його розвиток, а також фактори, що впливають на попит і пропозицію.

Після початку війни 2022 року ринок вина в Україні зазнав суттєвих змін. Імпорт продукції з таких країн, як Грузія, Аргентина, Вірменія, США, Чилі, Австралія, Нова Зеландія та Південна Африка, скоротився через проблеми з логістикою та зниження платоспроможності українських споживачів.

У 2023 році ситуація почала покращуватися завдяки зростанню внутрішнього виробництва та активізації експортно-імпортних операцій, особливо з країнами Європи. Порівняно з 2022 роком, у 2023 році спостерігалось суттєве зростання обсягів імпорту вина: частка поставок з Італії та Іспанії збільшилася на понад 30%, з Франції — на понад 50%, а з Німеччини — на понад 70%. Завдяки оптимізації логістики, зокрема розміщенню нових складів у більш безпечних регіонах, з'явилися кращі умови для доставки продукції. Обсяги продажів також зросли через відкриття нових магазинів, запровадження акційних пропозицій і вигідних програм лояльності.

У 2023 році в Україні зріс імпорт білих вин із таких регіонів, як Рейнгау, Долина Луари, Лаціо, Трентіно, Альто Адідже, Вельдепенас, Мадейра,

Мускатель-де-Сетубал і Марсала. Водночас популярність вітчизняних вин також зростає, про що свідчить підвищений попит у мережі "ROZETKA".

Серед імпортних вин зафіксовано спад поставок із Наварри та Валенсії. Збільшення споживання білих вин пояснюється зростанням зацікавленості в здоровому способі життя, оскільки вони мають нижчий вміст танінів і сприймаються як легший напій. Імпортні вина залишаються популярними серед українців через їхню асоціацію з високою якістю та розвитком винної культури в країні, яка включає проведення дегустацій і спеціалізованих заходів.

Останнім часом в Україні зменшується кількість малих виробників вин. Якщо у 2013 році їх було близько 100, то у 2018 році — 52, а у 2023 році — лише 26. Загалом станом на 2023 рік в Україні функціонує 144 виноробних підприємства, з яких 29 представляють сегмент малих виробництв.

У 2022 році виробництво вина в Україні склало 55 млн літрів, що було нижчим за рівень 2021 року. Початок повномасштабного вторгнення та бойові дії значно вплинули на виноробну галузь, адже значна частина південних територій, де розташовані виноградники, опинилася під загрозою через мінування. Такі виноробні, як "Олівія" та "Таїрове Вайнері", розташовані біля Дніпро-Бузького лиману, потрапили до зони бойових дій, а виноградники компанії "Graevo", які знаходяться поблизу Запорізької АЕС, залишаються в окупації.

Проблеми виноробів посилилися через пошкодження та знищення виробничих потужностей, порушення логістики та пошкодження систем зберігання. Ланцюги постачання сировини та готової продукції були значно порушені. Наприклад, у березні 2022 року знищення головного складу імпортера "Good Wine" призвело до втрати 1,6 млн пляшок вина, з яких 15 тис. становили колекційні екземпляри. У 2023 році внаслідок обстрілів постраждали виноградники та виробничі потужності виноробні "Falko Winery" у Миколаївській області.

Попри виклики, оціночна ємність українського ринку вина у 2023 році досягла понад 200 млн доларів США. Проте цей показник залишається нижчим за рівень до початку повномасштабної війни. Зниження експорту у грошовому вираженні порівняно з 2021 роком частково пов'язане зі збільшенням частки поставок виноматеріалів, які у 2023 році склали понад 70% від загального експорту.

Таблиця 1.1 – Ємність ринку вина в Україні, в грошовому вираженні, млн дол США

	2021	2022	2023
<b>Ємніст ринку,</b>	332,2	174,0	232,0
<b>Темп приросту, %</b>		<b>-47,5</b>	<b>+33.3</b>

*Джерело: оцінка Pro-Consulting*

### **Тенденції розвитку ринку фруктових вин:**

#### 1. Інновації у виробництві:

Використання сучасних технологій ферментації для поліпшення якості напоїв.  
Додавання нових ароматизаторів та створення екзотичних сумішей.

#### 2. Зростання сегмента органічних і екологічних вин:

Зростання попиту на вина з екологічно чистої сировини.  
Розширення сертифікації органічних продуктів.

#### 3. Розширення ринків збуту:

Збільшення експорту фруктових вин до країн Азії, зокрема до Китаю, Японії та Південної Кореї.

Відкриття нових ринків в Африці та Латинській Америці.

#### 4. Цифровізація продажів:

Використання інтернет-магазинів і маркетплейсів для просування продукції.  
Зростання ролі соціальних мереж та онлайн-реклами у формуванні попиту.

#### 5. Зміни в уподобаннях споживачів:

Переорієнтація на напої з меншим вмістом алкоголю.

Попит на унікальні та екзотичні смаки.

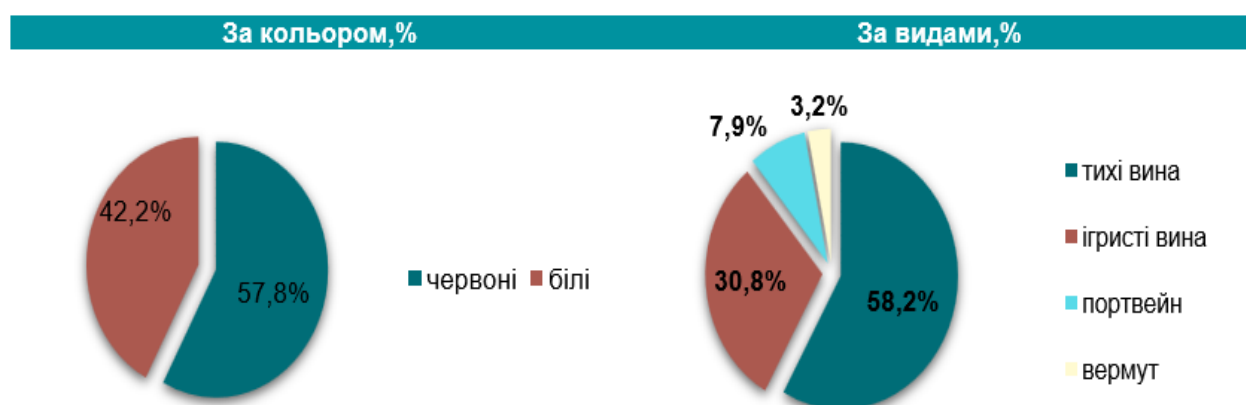
Станом на 2023 рік, понад 50% вина на українському ринку в натуральних показниках припадає на імпорт. Зростання частки імпорту спричинене скороченням внутрішнього виробництва через війну та зменшення кількості малих виноробних підприємств.

Перевага імпорту над експортом свідчить про недостатній рівень розвитку галузі та підкреслює необхідність державної підтримки для її стимулювання.

У структурі імпорту червоні вина становлять приблизно 60% від загального обсягу, що свідчить про їхню популярність серед українських споживачів. Найбільшу частку імпорту займають тихі вина — 62,9%, ігристі вина складають 26,4%, тоді як частки вермуту та портвейну становлять 5,9% і 4,7% відповідно.

В експорті також домінують червоні вина, що пов'язано з традиційними регіонами вирощування винограду в Україні. Одеська область спеціалізується на виробництві червоних вин, тоді як Закарпаття переважно культивує білий виноград. У 2023 році понад 50% українського виноробства було зосереджено в Одеській області.

Таблиця 1.2 – Структура експорту вина, в натуральних показниках у 2023 році, %



У 2022 році, з початком повномасштабної війни, споживання та виробництво алкогольних напоїв в Україні значно скоротилися. Продажі

алкоголю зменшилися щонайменше на третину, а в окремих категоріях спад перевищив 50%. Основними причинами стали запроваджена заборона на продаж алкоголю, а згодом обмеження на його реалізацію впродовж дня.

За період січень-червень 2022 року українці витратили на пиво 6,8 млрд грн, що менше порівняно з аналогічним періодом 2021 року. Продажі горілки та вина знизилися майже на 60%, а коньяку — приблизно на 70%.

Причинами такого падіння стали кілька факторів. У період із кінця лютого до початку квітня 2022 року продаж алкоголю був повністю заборонений. Навіть після скасування заборони залишилися обмеження, що зменшили доступність алкоголю.

Працездатне населення, яке є основною аудиторією споживачів алкоголю, через обмеження часу продажів мало менше можливостей здійснювати імпульсивні покупки. Наприклад, у серпні 2022 року компанія "GoodWine" повідомила, що середній чек зменшився на 10%, а кількість клієнтів — на 15% порівняно з аналогічним періодом попереднього року.

Також економічна ситуація змусила українців ретельніше контролювати витрати й обирати доступніші товари. Зниження купівельної спроможності негативно вплинуло на споживання вина, оскільки воно не є продуктом першої необхідності. Логістичні проблеми додатково ускладнили забезпечення ринку необхідними запасами та різноманітним асортиментом.

Зменшення кількості основних споживачів вина також стало наслідком війни. Станом на червень 2023 року за межами України перебували понад 8 млн осіб, переважно жінки.

Опитування Українського інституту майбутнього, проведене у травні 2023 року, показало, що понад 80% українців вживають алкоголь. Серед опитаних понад 50% п'ють алкоголь кілька разів на місяць, 15% — кілька разів на тиждень, а 3% — щодня. Основними причинами вживання алкоголю респонденти назвали відпочинок і відновлення сил.

Серед сучасних тенденцій на ринку відзначається зростання популярності сухих вин, тоді як раніше перевага надавалася напівсолодким. У

зимовий період споживають більше червоних вин, тоді як улітку — білих. Найбільш популярними залишаються французькі та італійські вина.

Ринок вина в Україні залишається чутливим до світових трендів та зовнішніх факторів, які можуть як сповільнювати, так і стимулювати його розвиток. Очікується, що у 2024–2025 роках попит на білі тихі вина зростатиме, оскільки вони вважаються легшими, освіжаючими та більш корисними для здоров'я порівняно з червоними. Зокрема, біле сухе вино, яке користується популярністю на світовому ринку, може посилити свої позиції й в Україні.

Стан ринку вина у 2024–2025 роках значною мірою залежатиме від розвитку воєнної ситуації. Якщо війна завершиться у 2024 році, очікується розблокування портів, що сприятиме відновленню поставок вина від основних міжнародних партнерів і зростанню обсягів імпорту.

За оптимістичного сценарію, який включає звільнення окупованих територій, зокрема регіонів із великими виноградниками, такими як володіння компанії "Graevo", можливе пожвавлення галузі. Це дозволить поступово досягти довоєнних обсягів виробництва. Важливим фактором відновлення також стане повернення з-за кордону принаймні 30% працездатного населення, зокрема жінок, які є основними споживачами вина.

Натомість песимістичний сценарій передбачає збереження або посилення негативних факторів, таких як погіршення політичної ситуації, подальша міграція, і як наслідок, втрата значної частини цільової аудиторії. У такому випадку попит на алкоголь може вирівнятися або зміститися на інші категорії напоїв, зокрема міцні або дешевші варіанти.

Додатковими чинниками, що можуть стримувати зростання винної галузі в Україні, є:

- **Погіршення зовнішньої кон'юнктури:** зниження попиту на основні експортні позиції, падіння цін на міжнародних ринках, зростання конкуренції, а також уповільнення економічного зростання країн-споживачів.

- **Втрати територій:** посилення окупації, зокрема південних регіонів, які спеціалізуються на виноробстві.
- **Зниження купівельної спроможності:** особливо в сегменті недорогих вин вартістю близько 50 грн. Багато споживачів, які раніше купували вино кілька разів на місяць, тепер обирають його лише раз на 30 днів.
- **Зростання імпорту:** завдяки прямим поставкам великими мережами українські споживачі отримали доступ до широкого асортименту іспанських, італійських, чилійських та інших вин за конкурентними цінами, що знижує попит на місцеву продукцію.

Таким чином, розвиток винного ринку України залежатиме від поєднання внутрішніх і зовнішніх факторів, а також від здатності виробників адаптуватися до нових викликів.

## **1.2 Попит і пропозиція на ринку фруктових вин**

Попит на фруктові вина залежить від кількох ключових факторів:

1. **Зміни споживчих вподобань**
  - Зростає популярність натуральних і нішевих продуктів серед споживачів, які цінують автентичність і якість.
  - Фруктові вина часто сприймаються як легший і корисніший напій, що робить їх привабливими для прихильників здорового способу життя.
  - Особливою популярністю користуються вина з екзотичних фруктів і унікальними смаками, що задовольняють інтерес споживачів до нових гастрономічних вражень.
2. **Сезонність і приводи для споживання**
  - Фруктові вина популярні влітку завдяки їхньому освіжаючому ефекту.
  - Сезонні події, як-от фестивалі чи святкові заходи, сприяють підвищенню попиту.
3. **Ціна та доступність**

- Фруктові вина, зазвичай, представлені в середньому та нижньому ціновому сегменті, що робить їх доступними для широкого кола споживачів.

- Споживачі вважають їх гарною альтернативою традиційним виноградним винам у співвідношенні ціни та якості.

#### 4. Демографічні характеристики споживачів

- Основними покупцями фруктових вин є молодь і жінки, які віддають перевагу легким і ароматним напоям.

- Зростання попиту спостерігається серед міських жителів із середнім рівнем доходів.

#### *Пропозиція*

##### 1. Виробництво та асортимент

- Глобальний ринок фруктових вин представлений широким асортиментом: яблучні, грушеві, сливові, ягідні (з чорниці, журавлини, малини) та тропічні вина (манго, маракуя).

- У деяких країнах, таких як Польща, Латвія чи Канада, фруктові вина є традиційною продукцією, яка активно експортується.

##### 2. Географія виробництва

- Основними виробниками фруктових вин є країни з багатими ресурсами фруктів і розвиненими технологіями переробки, наприклад, Німеччина, США, Франція та Китай.

- Локальні виробники також займають важливе місце, пропонуючи регіональні продукти з унікальними смаковими характеристиками.

##### 3. Рівень конкуренції

- На ринку фруктових вин існує конкуренція між великими виробниками, які займаються масовим виробництвом, і малими підприємствами, що пропонують преміальну або органічну продукцію.

- Конкуренція з виноградними винами та іншими категоріями алкогольних напоїв також впливає на пропозицію.

##### 4. Технології та інновації

- Сучасні технології дозволяють виробникам створювати вина з більш насиченим смаком і ароматом.
- Зростає пропозиція органічних фруктових вин, які виробляються без хімічних добавок.

*Баланс між попитом і пропозицією*

- Попит на фруктові вина постійно зростає завдяки їхній доступності та різноманіттю. Однак пропозиція може залежати від врожайності фруктів, кліматичних умов і рівня розвитку локального виробництва.
- Розширення каналів збуту, включаючи онлайн-магазини, дозволяє виробникам краще задовольняти потреби споживачів і збільшувати географію продажів.

Таким чином, ринок фруктових вин має великий потенціал розвитку за умови подальшого вдосконалення технологій виробництва, розширення асортименту та активного просування серед цільових аудиторій.

Попит і пропозиція є ключовими чинниками, що визначають ціну продукції. У садівництві ці фактори відіграють важливу роль, оскільки безпосередньо впливають на ефективність діяльності та прибутковість галузі.

**Попит** — це бажання споживачів придбати товар, підкріплене їхньою фінансовою спроможністю. Економічний зміст попиту включає кілька важливих аспектів:

1. **Зв'язок із суспільними потребами:** попит тісно пов'язаний із реальними потребами, однак не завжди співпадає з ними за обсягом.
2. **Платоспроможність:** попит визначається наявністю у споживачів достатньої кількості коштів для задоволення їхніх потреб. Універсальною формою його вираження є сукупна грошова вартість товарів і послуг, які можуть бути придбані.
3. **Суб'єкти й об'єкти:** покупець є основним суб'єктом попиту, а його об'єктами можуть бути будь-які товари або послуги, що мають вартісну оцінку й забезпечують певну корисність для споживача.

Таким чином, попит визначає економічну динаміку ринку, а його співвідношення з пропозицією формує умови для встановлення цін і забезпечення ефективності галузі.

Узагальнюючи думки науковців, можна стверджувати, що основними чинниками ринкового попиту на продукцію є кількість споживачів та індивідуальний попит. Однак для кожної галузі характерні свої особливості, які визначають специфіку придбання та споживання продукції.

Особливості попиту на плодово-ягідну продукцію галузі садівництва:

- Необхідність у споживчому кошику: плодово-ягідна продукція є постійною складовою раціону через високі харчові та смакові властивості, а також користь для організму завдяки вмісту поживних речовин і вітамінів.
- Різні мотиви купівлі: фрукти й ягоди купують як продукти харчування, так і для створення емоційного комфорту.
- Сезонні та святкові коливання: попит на продукцію залежить від пори року (ягоди, ананаси) та святкових періодів (новорічні чи літні заходи).

Фактори формування ринкового попиту:

Попит на плодово-ягідну продукцію залежить від багатьох чинників, які можна систематизувати:

1. Індивідуальний попит:
  - Визначається культурою споживання та вподобаннями покупців.
  - Постійний попит зберігається на фрукти на зразок яблук, груш, слив, вишень та абрикосів.
  - Сезонний попит характерний для ананасів, ягід та екзотичних фруктів, які популярні під час свят.
2. Кількість споживачів:
  - Чим більша чисельність населення, тим вищий загальний рівень попиту.
  - Міські споживачі більш схильні до купівлі екзотичних фруктів.
3. Час споживання:

- Попит змінюється залежно від пори року: взимку популярні цитрусові, а влітку — ягоди та кісточкові фрукти.

4. Мотиваційні механізми:

- Включають особисті вподобання, корисність продукції та доступність цін.

- У світовому масштабі найбільше популярні банани, яблука, виноград, грейпфрути та апельсини.

Під впливом споживчих уподобань виробники формують товарний асортимент, що визначає спеціалізацію галузі. Наприклад, постійний попит на яблука й груші стимулює їхнє масове виробництво, тоді як сезонний попит на екзотичні фрукти та ягоди впливає на розширення асортименту в певні періоди.

Таким чином, попит на плодово-ягідну продукцію формується комплексом чинників, серед яких ключовими є стабільні споживчі уподобання, сезонність і соціально-економічні умови, що визначають доступність та пріоритетність цієї продукції для споживачів.

На ринкову пропозицію плодово-ягідної продукції впливають численні чинники, які доцільно систематизувати та згрупувати для подальшого аналізу. Ринкова пропозиція формується під впливом як національної економіки, так і світових тенденцій. Це змушує вітчизняних виробників адаптувати свої можливості до вимог ринку, постійно оновлювати асортимент і впроваджувати інновації.

З одного боку, виробники орієнтуються на внутрішні споживчі вподобання, а з іншого — на світові тенденції, що пов'язані зі зростанням обсягів експорту та імпорту, розширенням ринкових меж і виходом на міжнародну арену. Ці фактори спонукають до підвищення конкурентоспроможності, впровадження нових технологій і покращення якості продукції.

**Класифікація факторів, що впливають на ринкову пропозицію**

Згідно з наведеною систематизацією, фактори пропозиції поділяються на кілька блоків:

### *1. Виробничі фактори*

- Основою формування пропозиції є наявність ресурсів і їхнє раціональне використання.
- Постійні зміни споживчих вимог спонукають виробників до розробки нових сортів, покращення смакових якостей, підвищення транспортабельності продукції тощо.
- Розмір і тип підприємств відіграють важливу роль: великі підприємства мають більше можливостей для впровадження інновацій, ніж малі фермерські господарства.

### *2. Ринкові фактори*

- Кількість продавців, тип ринку та вид конкуренції впливають на можливості реалізації продукції.
- Великі підприємства мають ширший сегмент ринку й можуть диктувати свої умови. Маркетингові посередники також мають значну перевагу завдяки скупці продукції у дрібних виробників і формуванню конкурентного асортименту.
- Малим і середнім виробникам часто важко конкурувати з великими підприємствами, які отримують доступ до більших прибутків.

### *3. Економічні фактори*

- Співвідношення попиту і пропозиції, ціни на ресурси та продукцію конкурентів суттєво впливають на ефективність роботи виробників.
- Ефективне використання економічних чинників є результатом узгодженої роботи всіх інших блоків, зокрема виробничого та ринкового.

### *4. Організаційні фактори*

- Розміри підприємств визначають їхню спроможність до інновацій і впровадження сучасних методів виробництва.
- Успішна організація виробничих процесів тісно пов'язана з якістю управління і здатністю адаптуватися до змін ринку.

## **Особливості ринкової пропозиції**

Ринкова пропозиція плодово-ягідної продукції тісно пов'язана з потребами споживачів і залежить від здатності виробників відповідати цим потребам. Великі підприємства мають більше переваг через доступ до ресурсів, технологій і маркетингових можливостей. Водночас середні та дрібні виробники часто обмежені у фінансових і технологічних ресурсах, що ускладнює їхню конкурентоспроможність.

Таким чином, успішність ринкової пропозиції залежить від ефективного використання всіх блоків чинників, адаптації до змін у внутрішньому та міжнародному середовищі, а також здатності задовольняти вимоги сучасного ринку.

### **1.3 Конкурентний аналіз ключових представників ринку**

25.02.2024 відбувся Форум "Україна. Рік 2024" на якому прем'єр міністр Д. Шмиголь наголосив, що у війні переможе той, хто має сильнішу економіку, надійніших друзів та здатність ефективно знищувати ворога. Відтак він відокремив декілька головних завдань для країни цього року. Перше завдання стосується оборонно-промислового комплексу. Друге завдання – забезпечити Україну фінансовими ресурсами, відтак Київ постійно веде роботу з партнерами – від Японії до США. Наразі урядовці шукають фінансові ресурси, аби закрити потребу в 37 млрд доларів на цей рік. Третя ціль – конфіскація російських активів, що також пов'язано із забезпеченням України фінансовими ресурсами. Четверта мета – економічне відновлення. Аби виконати цю задачу, цього року в бюджеті України закладено 45 млрд грн на допомогу бізнесу. Мова йде про гранти, пільгові кредити, індустріальні парки, великі інвестиційні проекти, страхування воєнних ризиків, нові ринки для експорту. П'ята мета – логістика, яка підтримує економіку. Для цього Україна розгортає потужності портів й запускає нові пункти пропуску та продовжує будувати прагматичне партнерство з сусідами. Шосте завдання – продовжити відновлення. Для цього очікують масштабування програми «Відновлення»,

посилення захисту енергетики й забезпечення шкіл та лікарень укриттям. Сюди ж відносять й гуманітарне розмінування. Сьоме завдання – євроінтеграція України [13]. Безумовно, що виконання цих завдання торкнеться всіх галузей економіки України, в тому числі і виноробної та її підприємств, адже вона відіграє важливу роль у господарському комплексі нашої країни. В 2021-2022 рр., до початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну, до її складу входило приблизно 400 суб'єктів підприємницької діяльності, які мали ліцензію на право виробництва та реалізації винної продукції. Безумовно, що виконання цих завдання торкнеться всіх галузей економіки України, в тому числі і виноробної та її підприємств, адже вона відіграє важливу роль у господарському комплексі нашої країни. В 2021-2022 рр., до початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну, до її складу входило приблизно 400 суб'єктів підприємницької діяльності, які мали ліцензію на право виробництва та реалізації винної продукції. Проте, варто зазначити, що з них працювало 200 підприємств, але саме ці підприємства випускали більше ніж вісімсот найменувань виноградних вин. Воєнна агресія РФ проти України призвела до кризи у виноробній галузі, а серед основних чинників можна виділити такі: повне або часткове знищення та пошкодження підприємств виноробної галузі, значне зниження попиту та обсягів реалізації вітчизняної алкогольної продукції, зростання імпорту продукції виноробної галузі, значне удорожчання витратних матеріалів тощо. Значний вплив мало серйозне порушення логістики та логістичних ланцюгів, а також термінів розрахунку між торговими мережами та постачальниками харчових продуктів. Якщо говорити про підприємства виноробної галузі, то найбільших пошкоджень зазнали виноробні заводи Херсонщини, Київщини, Чернігівщини, Миколаївщини та Одещини. Практично повністю було знищено Гостомельський склозавод. Серйозних пошкоджень зазнала інфраструктура імпортерів та дистрибутерів вина. Практично повністю було знищено виробництво сидрів [14]. Крім того, після початку військової агресії у 2022 році відбувались і серйозні зміни на ринку імпортного вина. Разом з тим,

вже на початку 2023 року ситуація на українському ринку вина почала змінюватись, як за рахунок зростання виробництва, так і через активізацію експортно-імпортних операцій, в основному через збільшення частки країн Європи у загальній структурі імпорту вина в Україну.

Крім того, варто зазначити що війна в Україні призвела до суттєвих змін в економічній поведінці українців. Населення України почало більше уваги приділяти питанням зменшення витрат та пошуку більш доступних товарів. Враховуючи той факт, що вино не є продуктом першочергової потреби, на фоні загального зменшення купівельної спроможності населення, помітним стало і зменшення споживання вина, а порушення логістики призвело до ускладнень у формуванні необхідних запасів та асортименту винної продукції. Зменшилась і загальна кількість споживачів вина. З початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну майже 20 % населення виїхало за кордон, а це більше ніж 8 млн. українців (більшість з них жінки). Якщо проілюструвати поточний стан і динаміку розвитку українського виноробства [14], то можна зробити такі висновки: нині в Україні офіційно зареєстровано 160 виноробень, із них 40 — крафтові з обсягом виробництва до 100 000 л. на рік; загальна площа виноградників – 30.2 тис. га (без урахування окупованих територій, оскільки, достовірних даних щодо стану виноградників на цих землях немає); найбільш типовими для виноградарства та виноробства є зони Причорномор'я й Закарпаття. Крім того, останніми роками виноробство активно розвивається в інших регіонах, зокрема в західних, центральних та північних.

Сьогодні виноградники й виноробні можна побачити на Київщині, Львівщині, Тернопільщині, Чернігівщині тощо; в Україні вирощують понад 200 сортів винограду. Найбільш значущі локальні та автохтонні сорти: Тельті-Курук (автохтон), Сухолиманський Білий, Цитронний Магарача, Кокур, Одеський Чорний, Екім Кара, Магарач Бастардо. Українські виноградарі й винороби працюють з великою кількістю міжнародних та європейських сортів, у тому числі виробляють якісні, елегантні й цікаві вина з РІWІ-сортів

— Совінсьєр Грі, Солярис, Мускарис, Йоханнітер тощо; лише у 2023 році українські вина здобули 150 нагород від престижних міжнародних дегустаційних конкурсів, включаючи першу українську «платину» від Decanter Worldwide Awards за Muscat Ottonel Limited Edition 2016 від виноробні SHABO; загальний обсяг експорту українських вин у 2023 р — 9 млн.долл. Минулого року бенефіціари Wines of Ukraine експортували та контрахтували вин на 229,190 тис. долл. Завдяки тому, що до Wines of Ukraine нещодавно долучились кілька великих виробників, у 2024 році ця цифра значно зросте; ключові країни-імпортери українських вин у 2022–2023 роках: Естонія, Велика Британія, США, Швеція, Норвегія, Японія. Проведене нами дослідження та аналіз низки інформаційних джерел [3, 11, 14] дало можливість визначити, що у 2022 році в Україні спостерігалось значне скорочення товарообороту всіх видів алкогольних напоїв, у тому числі і вина. У січні-червні 2022 року українці придбали вина менше на 58%, ніж за аналогічний період 2021 року, а вартість імпортованих алкогольних і безалкогольних напоїв в Україну складала 490 млн дол. США, що на 32 % менше показника 2021 року. Найбільшою мірою у січні-квітні 2022 року, у порівнянні з 2021 роком, на ринку вина в Україні скоротився імпорт ігристих вин – на 31%. Втім, вже у той самий період 2023 року цей показник зріс на 61% у обсягах, а у вартісному вимірі майже вдвічі. Загалом обсяг імпорту ігристого з основних країн постачальників у 2022 році, в порівнянні з 2021 роком, знизився в таких частках: Італія на 43,5%, Іспанія на 33,6%, Франція на 18,1%, Грузія на 68%, Молдова на 46%. У основних імпортерів зниження поставок ігристого складо: «Бюро Вин» 34,5%, «Вайн-Холл» 5,5%, «АТБ-Маркет» 20,4% тощо.

Через негативні наслідки повномасштабного вторгнення рф в Україну великі компанії – імпортери, дистрибутори, підприємства роздрібної торгівлі, бізнес яких пов'язаний з вином та міцним алкоголем, мали значні складнощі із логістикою. Це, у свою чергу, поставило перед ними завдання щодо трансформації та оптимізації відповідних бізнес-процесів, зокрема

логістичного. До того ж, від початку війни приблизно на 5 місяців уряд запровадив перелік критичного імпорту, за яким дозволялися лімітовані транскордонні валютні платежі. Вина в цьому переліку не було. Наразі логістика вина налагоджується, але виникає проблема з ризиками оплати товару. Багато компаній перейшли на відстрочення платежів не на 120, а на 30 днів, що призводить до пошуку додаткових ресурсів оплати, а також змінює принципи постачання. Імпортери переважно возять вина, які швидше продаються. Ще один біль імпортерів – окупанти нещадно руйнують українську інфраструктуру завдаючи шкоди на мільйони євро. Так, у травні 2022 року постраждав склад імпортера та дистриб'ютора вина «Бюро Вин», якому належить найбільший у Європі винний магазин «GoodWine». Втрати становили близько 15 млн євро.

У серпні 2023 року через ворожу ракету було повністю знищено гіпермаркет «FOZZY Cash&Carry» в Одесі – в магазині згоріло все, сума завданих збитків, попередньо, сягає сотень мільйонів гривень. Щодо прогнозів, то фахівці ринку сподіваються, що споживчі показники зможуть повернутися до рівня 2021 року приблизно через два роки після закінчення війни. Наші дослідження та результати проведених опитувань ключових компаній імпортерів алкогольної продукції дають можливість зробити висновки щодо того, яких змін зазнав цей бізнес за часів війни, яких втрат зазнали компанії і що допомагає їм попри все виживати. В цілому можна зазначити що всі трансформації або проблеми ключових компаній-імпортерів алкогольної продукції сьогодні такі самі, як і у всіх бізнесів України. Розглянемо їх більш детально. Обсяги реалізації за підсумками 2022 року, порівняно до 2021 року, в середньому впали на 30% в гривнях і на 40% в пляшках. У першій половині 2023 року залишалось значне падіння в штуках, порівняно до 2021 року (40%) і невелике в гривнях. Основними факторами падіння було закриття великої кількості торгових точок, тривалий «сухий закон», комендантська година, ну і, звичайно ж, значне підвищення цін. Поставок не було майже до 4-го кварталу 2022 року. Пов'язано це із заборонаю

ввозу, але ще більше – з неготовністю іноземних постачальників робити поставки в країну, де іде війна. Система закупівель особливих змін не зазнала. Проте відбувався пошук товарів більш низького цінового сегменту, хоча й від високого не відмовлялись. Якщо проаналізувати по цінових категоріях, то трансформації за 2021-2023 роки незначні і виглядають так: сегмент економ пропозицій (low-priced) або низьких цін: -12%. Цей сегмент сильно скоротився, в основному через перехід товарів в дорожчу категорію; середньо-ціновий сегмент (middle-priced): +11%. Власне, за рахунок удорожчання товарів low-priced; високо-ціновий сегмент (high-priced) і преміум сегмент (luxury). Дані сегменти практично не змінились.

Система імпорту практично не змінилась. Склади розділили: частина товару зберігається на власних складах, частина у партнерів в інших містах. Вартість зберігання і логістика вплинула на ціну товару. Щодо логістики, то тут відбулися драматичні зміни: тарифи на перевезення по деяким маршрутам зросли вдвічі. Звичайно, це вплинуло на ціну продукції. Крім того, подорожчала тара та упаковка. В середньому, ціни зросли на 40-50%. Процес підбору асортименту ускладнився через обмеження відряджень (сьогодні в країні діє заборона виїзду за кордон чоловікам призовного віку). Крім того, повністю припинилася логістика з Нового Світу через порт Одеса. Останнім часом поставки з Нового Світу організовувались через Польщу, що так само призвело до підвищення вартості логістики на 50%.

Скоротилася кількість партнерів, точок продажу, досі на продажі впливає комендантська година. Щодо системи розподілу, то в 2022 році лідером по росту продажів було Закарпаття. Потім поступово відновили обороти міста-мільйонники. Наразі все більш менш стабілізувалось. Хоча кількість партнерів скоротилася. Припинена співпраця з багаторічними партнерами з Маріуполя, Краматорська. Велика кількість точок збуту була просто знищена, і далеко не всі відновили чи відновлять свою роботу, впали продажі в великих ТЦ. Адже через ризик обстрілів таких місць люди стали менше їх відвідувати. З іншої сторони, значно виріс e-commerce, зокрема

Rozetka, яка не тільки не зупинила свою роботу, а й продовжувала розвиватись. Війна прискорила зміни у логістичних процесах цієї компанії, з'явилися нові склади на більш захищених територіях, були значно посилені заходи безпеки, відповідно до ситуації продавці маркетплейс відчутно розширили пропозиції та можливості щодо доставки замовлень тощо. Наразі обсяги поставок і реалізації Rozetka збільшуються, частково це відбувається за рахунок збільшення кількості магазинів, а також за рахунок цікавих ексклюзивних пропозицій, лояльних цінових програм тощо. В імпорті Rozetka постійно шукає нові цікаві пропозиції, співпрацює з українськими імпортерами.

Що стосується власного імпорту, то за часи війни вони не відмовилися від жодної країни-виробника, за виключенням Австрії та Угорщини, над просуванням вина яких ще в Україні слід працювати, скоротилася частка грузинського вина, Іспанії. Є й позитивні тенденції: так, в категорії «тихе вино/українські вина» Rozetka має приріст на 6% в порівнянні з 2022 роком, на 8% в порівнянні з 2021. Навіть започаткували новий проєкт з партнерами з Шабо: вивели на ринок власний бренд VDOMA, який має дуже великий потенціал і вже мають хороші результати від продажів. В ігристих винах також Rozetka має приріст + 5%, хоча й спостерігаються втрати по Грузії та Німеччині. Щодо бізнес-мапи, то регіони роблять вагомий внесок і їх частка зростає, змінилася кількість магазинів, а для клієнтів це можливість безкоштовно отримати свій товар у власному регіоні. Враховуючи нинішні ціни на доставку в країні, це значне заощадження, ще й економія часу. Rozetka також активно розвиває і B2B канали. Наразі у Rozetka працює більше співробітників, ніж до початку ворожого вторгнення і постійно відбувається інвестування в навчання співробітників.

Продовжується розвиток бізнесу попри всі складнощі, планується запуск власних торгових марок (в тому числі алкогольних), покращення сервісу та активного відкриття точок видачі. В цілому спостерігається зростання попиту на українські вина, в тому числі на фоні падіння продаж

молдавського вина, що знаходиться в більш-менш тій же цінній категорії. Разом з тим, через зростання оптових цін, брендові українські вина все ще залишаються не на такому рівні дистрибуції, який хотілось би бачити. Що стосується дистрибуції як процесу, то він потребує серйозної трансформації за рахунок руху у бік мультиканальності, формування власних мереж, автоматизації через використання пристроїв віртуальної реальності, зміну моделей управління контрактами, подальшої роботи над питаннями промозалежності та прибутковості. Тим не менше, спостерігається тенденція до зростання попиту на якісний вітчизняний алкоголь. Деякі компанії розпочинають новий проект – виробництво та дистрибуція українського крафтового алкоголю (наливки, бренді, джини) по всій Україні та на експорт. Податкова політика держави особливих змін не зазнала, хоча ситуація характеризується вкрай негативним ставленням до українського бізнесу загалом.

Особливо щодо компаній-імпортерів алкоголю: підакцизний товар не включено до категорії, де діє «мораторій на перевірки». Перевірки, які регулярно проводяться в компаніях, часто не мають обґрунтування. У довоєнний період площа виноградників в Україні становила понад 40 тис. гектарів у Одеській, Миколаївській, Херсонській та Запорізьких областях. За останні п'ять років географія виноградарства значно розширилась на північ і охопила майже всю територію країни, що створило значні перспективи розвитку вітчизняної виноробної галузі та її експансію на міжнародний ринок. Так, лише у 2020 році в Україні було виготовлено 119 млн літрів вина, що майже вдвічі більше ніж в минулому році. Такі сорти як Бастардо магарацький, Кабарне Совіньон, Аліготе, Мускат, Мерко, Піно, Одеський чорний, Рислінг та інші створювали потужну конкурентцію закордонним виробникам вина. Та віцина змінила курс з активного розвитку на виживання української виноробної галузі.

Так, виноробня «Князь Трубецький», яка знаходиться біля Нової Каховки Херсонської області тривалий період була в окупації, величезна

територія виноградників частково замінована, що призводить до зупинки виноробного процесу, а колекція вина, яка формувалась ще з 1960-х років і налічувала найкращі види вина, на понад 5 млн дол. Була розкрадена окупантами та знищена. Це лише один приклад руїни та занепаду виноробної галузі в Україні через військові дії. Так за даними Херсонської облдержадміністрації лише у Херсонській області було знищено понад 4,5 тис. гектарів виноградників, з яких вироблялось приблизно 12-15 % вина в Україні. Крім того, скасування з 1 січня 2021 року мита на ввезення вин з країни ЄС призвело до значної конкуренції імпортованих вин на українському ринку, зменшення внутрішнього виробництва і поступового витіснення українських виробників з ринку вина. Крім того, українські виробники відчувають брак не лише сировини (виноматеріалів), а й значний дефіцит пляшок та корок. Звісно, українські виноробники можуть закуповувати їх за кордоном, та це суттєво збільшить ціну вітчизняного вина і призведе до ще більшої втрати конкурентних позицій серед імпортованих компаній. Отже, лише протекціоніська політика держави може вберегти виноробну галузь від знищення та надати інструменти виграшу у конкурентній боротьбі іншими виробниками, які представлені на українському споживчому ринку. Оскільки, на відміну від інших виробництв харчової промисловості, виноробні мають складний та тривалий виробничий цикл (від виробництва вина до зберігання пляшок з вином), що призводить до критичної нестачі фінансових ресурсів, які обертаються у виробничому процесі майже рік.

Отже, можна зазначити, що криза у виноробній галузі розпочалася ще задовго до війни, але залишати виноробну галузь без підтримки дорівнює економічній зраді національних інтересів, як нині, так і на перспективу. Тому, на нашу думку, мають бути розроблені та впроваджені конкретні дії задля покращення становища в галузі. Наприклад, що стосується держави, то тут має діяти система цивілізованого лобіювання у першу чергу національних інтересів, зокрема, через використання таких інструментів: спеціальний режим ПДВ для підприємств виноробної галузі, розробка комплексної

програми відновлення галузі, запровадження підвищеного мита на імпорт виноробної продукції країн, які підтримують РФ, формування централізованої інформаційної логістичної системи тощо.

Щодо виробників, галузевих об'єднань, дистрибуторів та ритейлу, то вони повинні орієнтувати свою діяльність на те, що для відновлення виноробної галузі України на полицях магазинів має бути представлено понад 60% української винопродукції [14]. Тому, це ставить перед ними завдання щодо розробки та здійснення заходів які б дозволили: створити та впровадити відповідну систему контролю якості продукції; нарощення експорту; внесення відповідних змін у законодавство для розвитку крафтового виноробства тощо. Важливим також є необхідність враховувати алкогольні тренди 2024 року, які дають підстави говорити що основним гравцям алкогольної індустрії необхідно бути більш гнучкими та креативними, адже нині правила гри диктують виключно споживачі. Проведений нами аналіз дає можливість виділити головні тренди 2024 року, які змінять культуру споживання алкогольної продукції (рис. 1).



Рисунок 1.1 – Головні тренди 2024 року

Що стосується безпосередньо України, то тут спостерігатиметься два важливі тренди: – збільшення попиту на міцні напої. З 24 лютого 22 року попит на міцні напої стрімко зріс. На це впливало багато чинників. У 2024 році цей тренд залишається сталим. Для зниження рівня стресу, психологічної витримки та морального спокою, люди будуть продовжувати обирати: горілку, коньяк, віскі, джин. Популярність на ігристі вина не зростатиме до Перемоги; – збільшення попиту на напої власного виробництва. На цей тренд також значно впливають обставини в країні. Люди стали більш патріотичними та почали обирати СВОЄ, замість звичних: Італії, Іспанії тощо. За минулий рік популярність KOBLEVO, Нlibny Dar, Козацька Рада збільшилася. Прогнозуємо, що в цьому році статистика може змінитися тільки в бік зростання. І це легко пояснити: крім українського виробництва, люди зрозуміли, що наша продукція не гірша за імпорт, а можливо навіть краща і ціна набагато вигідніша.

#### **1.4. Роль і значення вин у міжнародній торгівлі**

За даними Міжнародної організації виноградарства і виноробства (OIV), за 2020 рік до трійки лідерів експорту увійшли такі країни як Італія, що експортувала майже 21 мільйон гектолітрів цього напою, Сонячна Іспанія (20,2 млн гл) і Франція з показником в 13,6 млн гл.

Перебуваючи на першій сходинці серед лідерів експорту, жителі Апеннінського півострова примудряються ще й майже повністю забезпечити вином власні чималі потреби — Італія розташувалася на третьому місці в світі за рівнем споживання вина (24,5 млн гл). Їх змогло обігнати тільки багатомільйонне населення США, що приймає «на душу» майже на 10 млн гл більше, і споконвічні любителі вина — французи (24,7 млн гл).

У п'ятірку ТОП-світових експортерів також увійшли Чилі (8,5 млн гл) і Австралія (7,5 млн гл). Розміри експорту решти з п'ятірки країн, куди входять Аргентина, США, Південна Африка, Німеччина і Португалія, набагато скромніші і коливаються в межах 3–4 млн гл.

## МИРОВОЙ РЫНОК ВИНА\*

### Главные мировые экспортёры

\*\*в миллионах гектолитров



### Главные мировые импортёры



**1,2 гекто-**  
**литра**

объем производства  
вина в Украине в 2020

**2,68**

литра вина в год  
приходится на одного  
украинца

33,0\*\*



США

24,7



Франция

24,5



Италия

19,8



Германия

13,3



Велико-  
британия

12,4



КНР

10,3



РФ

9,6



Испания

9,4



Арген-  
тина

5,7



Австра-  
лия

### Страны с наибольшим потреблением вина

\*по данным Международной организации виноградарства и виноделия (OIV) за 2020 год

Виробництво вина в Україні поки що залишає бажати кращого. Так, в 2020 році було виготовлено всього 1,2 гектолітра п'яного напою. Зате був поставлений історичний рекорд з імпорту. Всього було ввезено вин на загальну суму 179,3 млн доларів. На жаль, інформації про більш точні об'єми ввезеного немає, так само як і інформації по загальній кількості його споживання. Вважається, що на одного українця припадає 2,68 літра вина на рік, і ця цифра поступово зростає.

За підсумками першого півріччя 2024 року темпи зростання експорту були ще вищими: обсяг експорту в літрах збільшився на 26% (до 54,5 млн літрів), а у вартісному вираженні — на 24% (до \$156,7 млн).

У першому кварталі цього року зростання експорту становило 54% і 48% відповідно.

Втім, у третьому кварталі поточного року спостерігається зниження експортних обсягів: Грузія експортувала 19,1 млн літрів вина на суму \$57,8 млн, тоді як у другому кварталі обсяги становили 24,8 млн літрів на \$73 млн, а в першому — 29,7 млн літрів на \$83,7 млн.

У 2023 році експорт вина з Грузії зріс на 2,6% у грошовому вираженні, досягнувши \$259 млн, проте обсяги поставок знизилися на 12% — до 89,5 млн літрів.

Додамо, Верховна Рада України прийняла законопроект "Про виноград та продукти виноградарства" (№ 9139), який спрямований на узгодження українського законодавства з міжнародними стандартами у сфері виробництва виноградарських і виноробних продуктів.

Через війну постраждали виноробні заводи Київщини та Херсонщини, Чернігівщини, Миколаївщини та Одещини. Знищено Гостомельський склозавод, який забезпечував потреби багатьох місцевих виробників вина у пляшках. Також постраждав склад імпортера та дистриб'ютора вина "Бюро Він", якому належить найбільший у Європі винний магазин GoodWine.

Через порушення логістичних ланцюгів та блокування морських портів, у сезоні 2021/22 було експортовано лише близько 50% фруктів від можливого обсягу.

За оперативними даними офіційної статистики, 2021 року зібрано урожай 2235 тис. т плодових і ягідних культур, на 10 % більше, ніж у 2020 році. Загалом виробництво продукції садівництва у 2021 році виявилось одним з найбільших за період.

Нинішню ситуацію на українському ринку вина можна охарактеризувати не інакше, як складну. Політична та економічна ситуація

загрожує бізнесу, який розвивався роками. Український ринок вина переживає катастрофічний спад виробництва. Основними причинами падіння виробництва і споживання вина в Україні є:

1) Зниження купівельної спроможності українського населення, особливо в низькому та середньому цінових сегментах. Йдеться про ринок вина в ціновому сегменті близько 50 грн. За оцінками експертів, клієнти, які раніше купували вино тричі на місяць, тепер купують його раз на 30 днів;

2) Військові дії на території України призвели до того, що основні виноробні регіони - Миколаївська та Херсонська області - опинилися під окупацією.

3) Постійні заборони та часові обмеження на вживання алкоголю [1].

Таблиця 1.1 - Аналіз експортно-імпортних операцій з фруктовим вином за період 2019-2023 (01.01.2023-30.04.2023)

Роки	Імпорт		Експорт	
	Вартість, тис. дол. США	Вага нетто, т	Вартість, тис. дол. США	Вага нетто, т
2019	9251	3740	1676	603
2020	8087	3794	1092	460
2021	10024	4573	1465	522
2022	4401	2300	423	164
2023 (01.01.2023- 30.04.2023)	1935	992	93	33

З аналізу таблиці 1 можна зробити висновок, щодо експорту продукції національними товаровиробниками, то з 2019 року спостерігається зниження

обсягів продукції, особливо в 2021-2022 р.р.. Україна в 2022 р. експортувала 2300 тис. т продукту, що на 50% менше ніж у 2021 році. Імпорт товару в Україну за 2022 рік теж зменшився на 31% - до 164 тис. т. Щодо збільшення імпорту товару відносно ваги нетто у період 2019-2021 р.р., з 3740 т до 4573 т, в цей же період відбувається зростання у грошовому виразі

з 9251 тис. дол. до 10024 тис. дол. Така тенденція продовжується до 2022 року.

За підсумками квітня 2023 року Україна поставила на зовнішній ринок 33 т продукції, що на 16% менше аналогічного періоду за 2022 рік. Згідно з даними митної статистики, в грошовому вираженні поставки цього продукту зменшились на 13% - 93 тис. дол..

Імпорт продукції в квітні 2023 року склав 992 т, зменшившись на 6%. В країну було ввезено продукту на суму 1935 тис. дол., що на 13% більше ніж у 2022 році цього ж періоду.

Детальна інформація відносно країн контрагентів наведена у таблиці 1.2

Таблиця 1.2 – Основні країни контрагенти фруктових вин

Роки	Імпорт		Експорт	
	Країна-експортер	Імпорт, тис. дол. США	Країна-імпортер	Експорт, тис. дол. США
2019	Італія	6817	Казахстан	285
	Німеччина	1365	Білорусь	168
2020	Італія	6901	Казахстан	200
	Іспанія	417	Білорусь	108
	Німеччина	280	Інші	784
2021	Італія	8121	Білорусь	226
	Німеччина	898	Казахстан	138
	Іспанія	465	Інші	1112
2022	Італія	3368	Кенія	43
	Німеччина	390	США	31
	Іспанія	277	Інші	349
2023 (01.01.2023- 30.04.2023)	Італія	1557	США	35
	Німеччина	180	Молдова	6
	Іспанія	102	Інші	53

Аналізуючи таблицю 1.2, можна прийти до висновків, що основними країнами– експортерами є Італія, Німеччина та Іспанія. В Період 2021-2022 р.р. Італія зменшила обсяг імпорту товару до України на 45% - 3368 тис. дол. Але у квітні 2023 року обсяги зросли на 7% - 1557 тис. дол., відповідно до періоду 2022 року. Італія та Німеччина також зменшили свої обсяги імпорту до України за період 201-2022 р.р.

Щодо основних країн-імпортерів фруктового вина є Казахстан, Білорусь, Кенія, Молдова та Інші країни. Казахстан у 2021 році імпортував з України на 138 тис. дол. товару, що на 7% менше ніж у 2020 році. У квітні 2023 році США імпортували з України на 35 тис. дол. продукції - це на 34% менше ніж у 2022 році цього ж періоду.

Порівнюючи країни-експортерів та країни-імпортерів, можна побачити значний приріст обсягу імпорту товару з різних країн. Тому в данній роботі буде проаналізовано імпорт гранатового вина ТМ «Az-Granata» «Mugam» з Азербайджану.

### **1.5 Споживні властивості фруктових вин**

Вино - алкогольний напій, вироблений з винограду, плодів та ягід, міцність якого набувається внаслідок спиртового бродіння роздушених ягід або свіжовіджатого соку, а в разі виготовлення вин кріплених - підвищується шляхом додавання спирту етилового, ректифікованого та/або спирту етилового ректифікованого виноградного, та/або дистиляту виноградного спиртового. Міцність вин може становити від 9 до 20 відсотків об'ємних. Органолептичні якості вина повинні відповідати природному складу винограду або відтворювати особливості, набуті внаслідок купажування чи спеціальної технологічної обробки виноматеріалі [5].

Фруктові вина є алкогольними напоями, що отримані шляхом повного або часткового зброджування фруктового соку з мезгою або без неї і містять від 8 до 20% об. спирту.

На відміну від горілчаних виробів, фруктові вина разом зі спиртом зберігають більшість речовин, що містяться у фруктах. Найціннішими компонентами цих вин є глюкоза і фруктоза, органічні кислоти (винна, яблучна, молочна, лимонна і бурштинова), мінеральні речовини, дубильні речовини, пектин і барвники. Вино містить невелику кількість вітамінів В1, В2, В3, В12, РР і β-каротину, а також ферменти та антибіотики. Слід

зазначити, що таніни і барвники мають Р-вітамінну активність. Вітамін С рідко зустрічається у виноградному вині, оскільки він руйнується в процесі виноробства. Речовини, що формують букет вина, включають ефірні олії, складні ефіри, альдегіди та ацетали, які надають вину приємний аромат. [6].

Вміст етилового спирту коливається від 9 до 14% об. в столових винах, від 12 до 14% об. - в десертних, від 17 до 20% об. - в кріплених. У вині також міститься в незначних кількостях сильно токсичний метиловий спирт; в білому вині його вміст знаходиться в межах 0,2-1,1 г/л. Із багатоатомних спиртів виноградне вино містить гліцерин - 0,7- 14 г на 100 г етилового спирту [7].

У фруктових соках виявлено багато водорозчинних вітамінів, і вино можна вважати джерелом тих же вітамінів, але вони значно руйнуються в процесі витримки. Вино багате на вітамін Р, який сприяє засвоєнню аскорбінової кислоти.

Вино має як первинні, так і вторинні ароматичні речовини. Перші утворюються при розщепленні білків під час дозрівання виноградних ягід, а другі – при дозріванні суслу і витримці вина. Вина з первинним букетом не відрізняються ароматом виробленої сировини. Аромат є результатом переходу ароматичних речовин, таких як саліцилова кислота, ефіри антранілової кислоти і ванілін, з ягід у вино.

Речовини, які беруть участь в утворенні букету вина, досить нестійкі, легко випаровуються і окислюються. Основними чинниками, що формують якість вина, є початкова сировина і дріжджі, що використовуються для бродіння.

Мінеральні речовини фруктів, незважаючи на їх малий вміст (0,2-0,6% об.), відіграють важливу роль у процесі виноробства. Залізо приймає участь в усіх окисно-відновних реакціях, що мають важливе значення при дозріванні вина. Від вмісту марганцю і міді залежить характер бродіння і формування якості вина.

Мінерали у вині представлені переважно фосфатами калію, кальцію та магнію. Всього виявлено 24 мікроелементи: мідь, марганець, кобальт, цинк, свинець, молібден, бор, фтор і йод.

Біологічна цінність вина визначається вмістом поліфенолів, вітамінів, мінеральних речовин, азотистих речовин, барвників, дубильних та інших біологічно активних речовин, які формують смак, запах і колір вина.

Фізіологічна цінність вина зумовлена впливом деяких речовин, що містяться у вині, на нервову, серцево-судинну та травну системи. Цей вплив зумовлений спиртом, екстрактивними речовинами та органічними кислотами, що містяться в напої, які збільшують виділення травних соків і покращують засвоюваність продукту.

Енергетична цінність продукту визначається кількістю енергії, яка виділяється після біологічного окислення речовин, що в ньому містяться і виражається в ккал або кДж (1 ккал = 4,186 кДж). Завдяки такому значному і різноманітному вмісту органічних речовин вина мають високу калорійність (660 калорій у 1л столового вина) і відрізняються чудовими смаковими якостями й іншими корисними властивостями [8].

**ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1:** у цьому розділі був визначен аналіз сучасного стану імпортно-експортних операцій відносно фруктового вина, споживні властивості та асортимент, фактори, які формують якість вина, дефекти та причини їх виникнення. Виноробна промисловість відіграє важливу роль в господарстві України. Через воєнну агресію Росії проти України галузь виноробства сильно постраждала. Знищено чи пошкоджено виноробні підприємства, ріст імпорту продукції, падіння попиту та реалізації. На сьогоднішній день стан ринку вина в Україні – тяжкий.

Фруктові вина є алкогольними напоями, що отримані шляхом повного або часткового зброджування фруктового соку з мезгою. Найбільшу цінність в цих винах мають глюкоза і фруктоза, органічні кислоти (винна, яблучна, молочна, лимонна, янтарна і ін.), мінеральні, дубильні, пектинові і

барвні речовини. завдяки унікальному складу і вмісту різноманітних корисних речовин, вино слід вважати одним з найцінніших гігієнічних напоїв з бактерицидними властивостями та із найбільш сприятливою дією на організм людини.

Таким чином, підсумовуючи, можна зазначити, що в умовах війни виноробна галузь України стикається з низкою серйозних викликів, серед яких:

- Зменшення асортименту: не всі товари залишаються популярними серед споживачів, що змушує виробників переглядати пропозицію.
- Зростання цін: підвищення відпускних цін зумовлене подорожчанням ресурсів у постачальників, збільшенням вартості внутрішньої та міжнародної логістики. Створення програм і заходів, спрямованих на збільшення попиту на продукцію українських виробників. Діджиталізація та розвиток логістики: трансформація дистрибуційної системи через мультिकанальний підхід, створення власних мереж продажів, автоматизацію процесів із використанням сучасних технологій, включно з віртуальною реальністю. Регулювання ринку: створення ефективних механізмів контролю й підтримки виноробної галузі на державному рівні.

## РОЗДІЛ 2 ОБ'ЄКТИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕНЬ

### 2.1 Об'єкти дослідження

В даній роботі буде розглянуто 3 зразка гранатового вина: вино ТМ «Az-Granata» «Mugam», вино ТМ «Absheron Sharab» «Nar Bagi» та вино ТМ «Goldenes Baku», що наведені в таблиці 2.1

Таблиця 2.1 – Об'єкти досліджень

№	Найменування продукту, ТМ, вміст спирту	Виробник та його місце знаходження (або країна)	Вид пакування, фасування	Ціна, грн
1	Вино ТМ «Az-Granata» «Mugam» гранатовое, червоне, напівсолодке, 11-12% об.	Az-Granata, Азербайджан	Скляна пляшка	337
2	Вино гранатове ТМ «Absheron Sharab» «Nar Bagi», червоне, напівсолодке, 13,2% об.	LLC Agro-Azerinvest, Азербайджан	Скляна пляшка	215
3	Вино гранатове ТМ "Goldenes Baku" червоне, напівсолодке, 13% об.	LLC Agro-Azerinvest, Азербайджан	Скляна пляшка	170
4	Вино гранатове "Дерево життя" черв.сух 0,75 л 11%	(Вірменія, ТМ "Дерево життя")	Скляна пляшка	259,90
5	Вино "Chianti Classico DOCG Riserva" черв.сух 1,5л 14,5%	Італія, Тоскана, ТМ "Verazzano"	Скляна пляшка	1895,95

Оскільки асортимент данної продукції є невеликим, навіть можна його ідентифікувати як унікальний – було обрано 5 зразків гранатового вина, виготовлених в різних країнах, що наведені у таблиці 2.1. Для дослідження було обрано червоні гранатові напівсолодкі вина, міцністю 11-13% об. Усі досліджувані товари в скляних пляшках. Та майже в однаковій цінній категорії.

### 2.2 Методи дослідження

Показники за якими визначають якість товару є органолептичними та фізико-хімічними.

Органолептичним називають метод дослідження якості товарів за допомогою органів чуття людини - запаху, зору, слуху, дотику, смаку. Можуть бути використані також технічні засоби, завдяки яким підвищується результативність проведення дослідження якості (мікроскоп, освітлення, посуд).

Для вин органолептичний метод дослідження має вирішальне значення в оцінці якості, особливо при визначенні смаків, присмаків, запахів, їх відтінків, консистенції.

До органолептичних показників вин, згідно з ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови», відносять: прозорість, колір, смак та аромат [10].

У фізико-хімічних методах аналізу визначають зміни фізичних властивостей системи, які відбуваються в результаті фізичних чи хімічних реакцій.

До фізико-хімічних показників вин, згідно з ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови» [10], відносять: об'ємна частка етилового спирту, масова концентрація цукрів, масова концентрація титрованих кислот в перерахунку на винну кислоту, масова концентрація сірчистої кислоти.

Об'ємна частка етилового спирту, згідно з ДСТУ 4112.3 «Вина і виноматеріали. Визначання вмісту спирту. Контрольний метод» [11], становить 9,0% об. - 13,0 % об.

Масова концентрація цукрів становить 30,0 г/дм<sup>3</sup> – 80,0 г/дм<sup>3</sup> згідно з ДСТУ 4112.5 «Вина і виноматеріали. Визначання відновлювальних цукрів. Контрольний метод» [12].

Масова концентрація титрованих кислот в перерахунку на винну кислоту відповідно до ГОСТ 14252 «Вина та виноматеріали, плодово-ягідні соки спиртові. Методи визначення титрувальних кислот» [13] становить 5 г/дм<sup>3</sup> - 7 г/дм<sup>3</sup>.

Відповідно до ДСТУ 4112.25 «Вина і виноматеріали. Метод визначання діоксиду сірки» [14], масова концентрація сірчистої кислоти становить 250/30 мг/дм<sup>3</sup>.

Методи досліджень наведені в таблиці 2.2

Таблиця 2.2 – Методи досліджень

Назва показника та/або групи показників	Нормативний документ
Органолептичні показники: - Прозорість - Колір - Смак - Аромат	ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови»
Фізико-хімічні показники, в т.ч.:	
- об'ємна частка етилового спирту, % об.	ДСТУ 4112.3 «Вина і виноматеріали. Визначання вмісту спирту. Контрольний метод»
- масова концентрація цукрів, г/дм <sup>3</sup>	ДСТУ 4112.5 «Вина і виноматеріали. Визначання відновлювальних цукрів. Контрольний метод»
Назва показника та/або групи показників	Нормативний документ
- масова концентрація титрованих кислот в перерахунку на винну кислоту, г/дм <sup>3</sup>	ГОСТ 14252 «Вина та виноматеріали, плодово-ягідні соки спиртові. Методи визначення титрувальних кислот»
- масова концентрація сірчистої кислоти, мг/дм <sup>3</sup>	ДСТУ 4112.25 «Вина і виноматеріали. Метод визначання діоксиду сірки»

Обрані зразки досліджуються згідно ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови» [10] та іншими нормативно-технічними документами. Усі три зразки були виготовлені в Азербайджані.

Для оцінки маркування споживчої тари було використано Закон України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [15] та ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови» [10].

Досліджуванні зразки були перевірені на відповідність таких документів як Закон України «Про вимоги до предметів та матеріалів, що контактують з харчовими продуктами» від 06.05.2016 р. №4611 [16] та ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови» [10].

Для проведення оцінки конкурентоспроможності продукції за кордоном широко використовується метод дескрипторно-профільного

аналізу, сутність якого полягає в тому, що складне поняття одного з органолептичних властивостей (смак, запах, консистенція) представляють у вигляді сукупності простих складових (дескрипторів), які оцінюються дегустаторами по інтенсивності за відповідною шкалою. Метод дозволяє проводити порівняння сенсорних характеристик вироблюваної продукції з конкурентами і розробляти сенсорні профілі оригінальних еталонів (брендів) продуктів [17].

Коефіцієнт широти асортименту (Кш) ринку розраховуємо за формулою:

$$K_{ш} = Шд/Шб*100\%, \quad (2.1)$$

де: Шд – дійсна широта асортименту;

Шб – базовий показник широти асортименту.

Коефіцієнт глибини асортименту (Кг) ринку розраховується за формулою:

$$K_{г} = Гф/Гб*100\%, \quad (2.2)$$

де: Гф – дійсна глибина асортименту;

Гб – базова глибина асортименту.

Органолептичні показники продуктів не можливо виразити в фізичних розмірних величинах. Характеристику смаку, запаху, консистенції та інших сенсорних показників наводять в описовому вигляді. Щоб перевести ці описові характеристики в кількісні, під час експертної оцінки використовують безрозмірні шкали. Найпоширенішим видом кількісної оцінки якості сенсорних показників товарів є бальна оцінка.

Для оцінки інтенсивності відчуттів, що викликаються кожним складовим органолептичного властивості, використовують п'ятибальні шкали або інші одиниці виміру, які відкладають на осях, число яких відповідає числу виділених і оцінюваних складових. Наприклад:

- 0-ознака відсутня;
- 1-тільки впізнаваний або відчувається ознака;
- 2-досить чітка інтенсивність прояву ознаки;
- 3-помірна інтенсивність;

- 4-сильна інтенсивність;
- 5-дуже сильна інтенсивність.

При з'єднанні відкладених на осях точок-оцінок утворюється характерна фігура — профілограма. Результати, отримані профільним методом і статистично оброблені, представляють графічно у вигляді профілів прямокутників, профілів півколів або у вигляді профілів повного кола.

Профільний метод використовують при розробці рецептур нових харчових продуктів, при вирішенні завдань ароматизації продуктів, для наукового зображення результатів органолептичного аналізу і різних інших завданнях, що стосуються характеристик органолептичних показників якості товару. Важливою перевагою профільного аналізу перед іншими методами є порівнянність його результатів з результатами, отриманими іншими методами оцінки органолептичних показників [18].

### **2.3 Методологія визначення коду фруктового вина згідно до української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності**

Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності розроблена на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів і Комбінованої номенклатури Європейського Союзу. УКТЗЕД співпадає з Гармонізованою системою на рівні шести знаків, а з Комбінованою номенклатурою Європейського Союзу – на рівні восьми знаків товарного коду.

Суть класифікації товарів полягає у тому, що кожному товару, який переміщують через кордон, присвоюються 10-значний код. Це дає змогу однозначно ідентифікувати товар, визначити ставку мита та заходи контролю, які потрібно застосувати. Присвоєння коду спрощує ведення митної статистики. Кожному коду товару відповідає певна ставка мита. УКТЗЕД разом зі ставками мит складають Митний тариф України, який

затверджений Законом України «Про Митний тариф України» № 2697-ІХ від 19.10.2022 [19].

Вся УКТЗЕД поділена на 21 розділ та 97 товарних груп. Розділи позначаються римськими цифрами і, на відміну від групи, цифри розділу не відображені в структурі коду товару. Назви розділів і груп наводяться виключно для зручності користування УКТЗЕД. Кожна група ділиться на відповідні товарні позиції, підпозиції, категорії і підкатегорії [20].

Структура десятизначного цифрового кодового позначення товарів в УКТЗЕД включає код групи (перші два знаки), товарної позиції (перші чотири знаки), товарної підпозиції (перші шість знаків), товарної категорії (перші вісім знаків), товарної підкатегорії (десять знаків), як представлено на рис 2.1



Рис. 2.1 – Структура коду УКТЗЕД

Класифікація товарів в УКТЗЕД здійснюється за такими правилами:

1. Назви розділів, груп і підгруп наводяться лише для зручності користування УКТЗЕД; для юридичних цілей класифікація товарів в УКТЗЕД здійснюється виходячи з назв товарних позицій і відповідних

приміток до розділів чи груп і, якщо цими назвами не передбачено іншого, відповідно до таких правил:

2. (а) будь-яке посилення в назві товарної позиції на будь-який виріб стосується також некомплектного чи незавершеного виробу за умови, що він має основну властивість комплектного чи завершеного виробу. Це правило стосується також комплектного чи завершеного виробу (або такого, що класифікується як комплектний чи завершений згідно з цим правилом), незібраного чи розібраного;

(б) будь-яке посилення в назві товарної позиції на будь-який матеріал чи речовину стосується також сумішей або сполук цього матеріалу чи речовини з іншими матеріалами чи речовинами. Будь-яке посилення на товар з певного матеріалу чи речовини розглядається як посилення на товар, що повністю або частково складається з цього матеріалу чи речовини. Класифікація товару, що складається більше ніж з одного матеріалу чи речовини, здійснюється відповідно до вимог правила 3.

3. У разі якщо згідно з правилом 2 (б) або з будь-яких інших причин товар на перший погляд (*prima facie*) можна віднести до двох чи більше товарних позицій, його класифікація здійснюється таким чином:

(а) перевага надається тій товарній позиції, в якій товар описується конкретніше порівняно з товарними позиціями, де дається більш загальний його опис. Проте в разі якщо кожна з двох або більше товарних позицій стосується лише частини матеріалів чи речовин, що входять до складу суміші чи багатокомпонентного товару, або лише частини товарів, що надходять у продаж у наборі для роздрібної торгівлі, такі товарні позиції вважаються рівнозначними щодо цього товару, навіть якщо в одній з них подається повніший або точніший опис цього товару;

(б) суміші, багатокомпонентні товари, які складаються з різних матеріалів або вироблені з різних компонентів, товари, що надходять у продаж у наборах для роздрібної торгівлі, класифікація яких не може здійснюватися згідно з правилом 3 (а), повинні класифікуватися за тим

матеріалом чи компонентом, який визначає основні властивості цих товарів, за умови, що цей критерій можна застосувати;

(с) товар, класифікацію якого не можна здійснити відповідно до правила 3 (а) або 3 (b), повинен класифікуватися в товарній позиції з найбільшим порядковим номером серед номерів товарних позицій, що розглядаються.

4. Товар, який не може бути класифікований згідно з вищезазначеними правилами, класифікується в товарній позиції, яка відповідає товарам, що найбільше подібні до тих, що розглядаються.

5. На додаток до наведеного до зазначених нижче товарів застосовуються такі правила:

(а) футляри для фотоапаратів, музичних інструментів, зброї, креслярського приладдя, прикрас та подібні вироби, які мають спеціальну форму і призначені для зберігання відповідних виробів або набору виробів, придатні для тривалого використання разом з виробами, для яких вони призначені, класифікуються разом з упакованими в них виробами. Це правило не поширюється на тару (упаковку), що становить разом з виробом одне ціле і надає останньому істотно іншої властивості;

(b) відповідно до правила 5 (а) тари (упаковку) разом з товарами, які в ній містяться, слід класифікувати разом з цими товарами, якщо вона належить до такого типу тари (упаковки), яка зазвичай використовується для упакування цих товарів. Це положення є необов'язковим, якщо ця тара (упаковка) придатна для повторного використання.

6. Для юридичних цілей класифікація товарів у товарних підпозиціях, товарних категоріях і товарних підкатегоріях здійснюється відповідно до назви останніх, а також приміток, які їх стосуються, з урахуванням певних застережень (*mutatis mutandis*), положень вищезазначених правил за умови, що порівнювати можна лише назви одного рівня деталізації. Для цілей цього правила також можуть застосовуватися відповідні примітки до розділів і груп, якщо в контексті не зазначено інше.

Оскільки об'єктом переміщення через Митний кордон України є гранатове вино ТМ «Az-Granata» «Mugam», було обрано правило 4 та Розділ IV «Готові харчові продукти; алкогольні та безалкогольні напої і оцет; тютюн та його замітники; продукти, з вмістом та без вмісту нікотину, призначені для вдихання без горіння; інші нікотиновмісні продукти, призначені для забезпечення надходження нікотину в тіло людини», який включає в собі групи з 16 по 24. Вино відносять до Групи 22 - «Алкогольні і безалкогольні напої та оцет», отже код групи (22). Позиції 2205 «Вермут та інше вино виноградне, з доданням рослинних або ароматичних речовин», отже код на рівні підпозиції – 4 знаків (2205). Для визначення підпозиції було використано назву харчового продукту, обрано Підпозицію 220510 «У посудинах місткістю 2л або менше», код на рівні 6 знаків – 220510.

Визначення коду УКТЗЕД для гранатового вина ТМ «Az-Granata» «Mugam» наведено в таблиці 2.3.

Оскільки об'єктом переміщення через Митний кордон України є гранатове вино ТМ «Az-Granata» «Mugam», то код визначається в Розділ IV «Готові харчові продукти; алкогольні та безалкогольні напої і оцет; тютюн та його замітники; продукти, з вмістом та без вмісту нікотину, призначені для вдихання без горіння; інші нікотиновмісні продукти, призначені для забезпечення надходження нікотину в тіло людини», який включає в собі групи з 16 по 24. Вино відносять до Групи 22 - «Алкогольні і безалкогольні напої та оцет», отже код групи (22). Позиція 2206, але в УКТЗЕД позиція окремо не зназначається, підпозиція 220600 на рівні 6 знаків - «Інші зброджені напої (наприклад, сидр, перрі (грушевий напій), напій медовий, саке); суміші із зброджених напоїв та суміші зброджених напоїв з безалкогольними напоями, в іншому місці не зазначені:» Для визначення підпозиції було використано назву та сировину продукту, яка не відноситься до виноградних вин.

Визначення коду УКТЗЕД для гранатового вина ТМ «Az-Granata» «Mugam» на всіх рівнях деталізації наведено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 - Визначення коду УКТЗЕД для гранатового вина ТМ «Az-Granata» «Mugam»

№	Рівень деталізації	Отримані результати	Структура коду УКТЗЕД
	Розділ	IV « Готові харчові продукти; алкогольні та безалкогольні напої і оцет; тютюн та його замінники; продукти, з вмістом та без вмісту нікотину, призначені для вдихання без горіння; інші нікотиновмісні продукти, призначені для забезпечення надходження нікотину в тіло людини»	
1	Група	Група 22 «Алкогольні і безалкогольні напої та оцет»	22
2	Позиція	-	2206
3	Підпозиція	«Інші зброжені напої (наприклад, сидр, перрі (грушевий напій), напій медовий, sake); суміші із зброжених напоїв та суміші зброжених напоїв з безалкогольними напоями, в іншому місці не зазначені:	2206 00
4	Категорія	- інші - - неігристі, у посудинах місткістю: - - - 2 л або менше:	-
5	Підкатегорія	- - - - інші	2206005900

Таким чином, гранатові вина ТМ «Az-Granata» «Mugam» згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності має код 2206 00 59 00 і залежно від визначеного коду УКТЗЕД застосовуються заходи тарифного та нетарифного регулювання.

## РОЗДІЛ 3 ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКИ ТА МИТНИЙ КОНТРОЛЬ ПРИ ІМПОРТІ ФРУКТОВИХ ВИН

### 3.1 Характеристика асортименту фруктових вин

В рамках кваліфікаційної роботи було проаналізовано асортимент фруктових вин в торговельних мережах «WHISKY:TIME», «Rozetka», «WINE TIME» та «Вина світу». Перелік асортименту фруктових вин в торговій мережі «WHISKY:TIME» наведено в таблиці 3.1

Таблиця 3.1 – Перелік асортименту фруктових вин в торговій мережі «WHISKY:TIME»

№	Назва продукту, Торгова марка, вміст спирту	Виробник, країна	За вмістом цукру	Об'єм, л	Ціна, грн
1	Вино ТМ «Duruji Valley» «Алазанська долина» червоне, напівсолодке, 10% об.	АТ Корпорація «Kindzmarauli» Грузія, Кахетія	Напівсолодке	0,75	177
2	Вино ТМ «Lozano» «Нуэве Дос Тинто Семідульче» червоне, напівсолодке, 11% об.	Lozano, Іспанія, la-Mancha	Напівсолодке	0,75	151
3	Вино ТМ «Voskevaz» «Воскеваз» гранатове фруктове, червоне, напівсолодке, 12% об.	Voskevaz, Вірменія, Арагацотнская область	Напівсолодке	0,75	385

З аналізу таблиці 3.1 можна зробити висновок, що в асортименті торгової мережі «WHISKY:TIME» представлені вина іноземних виробників. Найбільший вміст спирту мають вино ТМ «Duruji Valley» «Kindzmarauli Ltd» та вино ТМ «Voskevaz» «Воскеваз» - 12% об. Найменший - вино ТМ «Duruji Valley» «Алазанська долина». Усі об'єкти мають однаковий об'єм – 0,75л. Але значно відрізняються в ціні, наприклад, найдешевше - вино ТМ «Lozano» «Нуэве Дос Тинто Семідульче», коштує 151 грн., а найдорожче - вино ТМ «Voskevaz» «Воскеваз» - 385 грн. Різниця в ціні обумовлена різною сировиною, з яких було виготовлені вина.

Перелік асортименту фруктових вин в торговій мережі «Rozetka» наведено в таблиці 3.2

Таблиця 3.2 – Перелік асортименту фруктових вин в торговій мережі «Rozetka»

№	Назва продукту, Торгова марка, вміст спирту	Виробник, країна	За вмістом цукру	Об'єм, л	Ціна, грн
1	Вино ТМ «Az-Granata» «Mugam» гранатовое, червоне, напівсолодке, 11-12% об. Айвовое, біле, солодке, 16% об.	Az-Granata, Азербайджан	Напівсолодке	0,75	330
			Солодке	0,75	327
2	Вино гранатове ТМ «Absheron Sharab» «Nar Bagi», червоне, напівсолодке, 13,2% об.	Absheron Sharab, Азербайджан	Напівсолодке	0,75	215
3	Вино ТМ «Fruits & Wine» «Rose Grapefruit», рожеве, солодке, 5,5%об.	Fruits & Wine, Франція	Солодке	0,75	120
4	Вино ТМ «Ijevan» Гранат, червоне, напівсолодке, 10-12%об. Кизил, червоне, напівсолодке, 10-12%об. Вишня, червоне, напівсолодке, 10-12%об. Ожина, червоне, напівсолодке, 10-12%об.	Ijevan, Вірменія, Мегри	Напівсолодке	0,75	234
			Напівсолодке	0,75	234
			Напівсолодке	0,75	250
			Напівсолодке	0,75	250
5	Вино ТМ «CHOYA» Dry, біле, солодке, 10% об.	CHOYA, Японія, Осака	Солодке	0,75	842

Таким чином, проаналізувавши таблицю 3.2, можна спостерігати, що в даній торговій мережі наведені тільки іноземні виробники. Найбільший вміст спирту має вино ТМ «Az-Granata» «Mugam» Айвовое – 16%об., найменший вміст спирту у вині «Fruits & Wine» «Rose Grapefruit» - 5,5%об..

Вміст спирту впливає на вартість вина. найдешевше вино «Fruits & Wine» «Rose Grapefruit», що коштує 120 грн. найдорожче вино ТМ «CHOYA» Dry, що має вартість 842 грн. Середню вартість мають вина ТМ «Ijevan», ціна кожного з вин залежить від плодів, з яких було виготовлено вино.

Перелік асортименту плодових вин в торговій мережі «WINE TIME» наведено в таблиці 3.3

Таблиця 3.3 – Перелік асортименту фруктових вин в торговій мережі «WINE TIME»

№	Назва продукту, Торгова марка, вміст спирту	Виробник, країна	За вмістом цукру	Об'єм, л	Ціна, грн
1	Вино ТМ «Az-Granata» «Mugam» гранатовое, червоне, напівсолодке, 11-12% об.	Az-Granata, Азербайджан	Напівсолодке	0,75	337
2	Вино ТМ «Веселий дідусь Петіо» «1854», плодове, червоне, напівсухе, 14% об. «№1», червоне, напівсолодке, 13% об. «Червоно-Чорне», ягідне, червоне, напівсолодке, 13,5% об.	Веселий дідусь Петіо, Україна	Напівсухе	0,75	287
			Напівсолодке	0,75	357
			Напівсолодке	0,75	287
3	Вино ТМ «Casal Garcia» «Sangria Red», червоне, солодке, 8% об. «Sangria White», біле, напівсолодке, 8% об.	Casal Garcia, Португалія, Вільйо Верде	Солодке	0,75	297
			Напівсолодке	0,75	297

Розглянувши таблицю 3.3, спостерігається вина одного вітчизняного виробника - «Веселий дідусь Петіо» з різними смаками. Міцність цих вин 13-14% об. Порівнюючи з іншими винами цієї торгової мережі, бачимо, що вина ТМ «Веселий дідусь Петіо» по міцності більші ніж вино «Mugam», що має 11-12% об. та вино «Casal Garcia» «Sangria Red» міцністю 8% об. Вартість

вин майже на одному рівні. Вино «Mugam» в даній торговій мережі коштує 337 грн, а в торговій мережі «Rozetka» - 330 грн. Різниця в цінах майже не відчутна.

Перелік асортименту фруктових вин в торговій мережі «Вина світу» наведено в таблиці 3.4

Таблиця 3.4 – Перелік асортименту фруктових вин в торговій мережі «Вина світу»

№	Назва продукту, Торгова марка, вміст спирту	Виробник, країна	За вмістом цукру	Об'єм, л	Ціна, грн
1	Вино гранатове ТМ "Zolotoy Vaku" червоне, напівсолодке, 12%об.	LLC Agro-Azerinvest, Азербайджан	Напівсолодке	0,75	170
2	Вино гранатове ТМ "Goldenes Vaku" червоне, напівсолодке, 13%об.	LLC Agro-Azerinvest, Азербайджан	Напівсолодке	0,75	170

Проаналізувавши фруктові вина торгової мережі «Вина світу» можна побачити дуже малий асортимент фруктових вин лише іноземних виробників, що є великим недоліком магазину. Із фруктових вин даний магазин має лише гранатове. Міцність вин майже однакова, вино гранатове ТМ "Zolotoy Vaku" має міцність 12% об., а вино гранатове ТМ "Goldenes Vaku" – 13% об. За ціною вина однакові та коштують 170 грн.

Таким чином, проаналізувавши асортиментні ряди фруктових вин у торгових мережах «WHISKY:TIME», «Rozetka», «WINE TIME» та «Вина світу», можна зробити висновок, що лише один магазин має вино вітчизняного виробника. За вмістом спирту вино різне від 5,5 % об. до 16% об. Уся тара представлена у скляній пляшці, об'ємом 0,75 л. Вино ТМ «Az-Granata» «Mugam» гранатове, зустрічається в торговій мережі «Rozetka» та в торговій мережі «WINE TIME». За ціною вони майже однакові. Лише два магазини мають білі фруктові вина – це магазини «Rozetka» та «WINE

TIME». Та лише магазин «Rozetka» у своєму асортименті має одне рожеве фруктове вино.

Аналіз асортименту обраної групи товарів наведено у таблиці 3.5

Таблиця 3.5 – Аналіз асортименту в торговій мережі «WHISKY:TIME»

Найменування ознаки	Базова кількість	Фактична кількість
За торговими марками	Вино ТМ «Duruji Valley» - 5 Вино ТМ «Lozano» - 4 Вино ТМ «Voskevaz» - 5	Вино ТМ «Duruji Valley» - 4 Вино ТМ «Lozano» - 3 Вино ТМ «Voskevaz» - 3
За кольором	Червоне – 6 Біле – 4 Рожеве – 4	Червоне – 5 Біле – 3 Рожеве – 2
За вмістом етилового спирту	10% - 5 11% - 4 12% - 5	10% - 3 11% - 4 12% - 3
За вмістом цукру	Сухі – 3 Напівсухі – 3 Напівсолодкі – 4 Десертні – 4	Сухі – 1 Напівсухі – 2 Напівсолодкі – 4 Десертні - 3
За виробником	Грузія – 4 Іспанія – 5 Вірменія – 5	Грузія – 3 Іспанія – 4 Вірменія – 2

Визначення показнику глибини і широти асортименту торговій мережі «WHISKY:TIME».

Коефіцієнт глибини асортименту фруктового вина визначається відносно до ознак класифікації. Беремо класифікацію «за товарними марками» та розраховуємо відповідні коефіцієнти глибини асортименту по кожній товарній марці за даною формулою:

$$K_g = G_d / G_b \quad (3.1)$$

Визначення глибини асортименту в торговій мережі «WHISKY:TIME» наведено у таблиці 3.6

Таблиця 3.6 – Визначення глибини асортименту в торговій мережі «WHISKY:TIME»

Найменування ознаки	Коефіцієнт глибини, $K_g$
За торговими марками	$4/5=0,8$ $3/4=,075$

	3/5=0,6
За кольором	5/6=0,83 3/4=0,75 2/4=0,5
За вмістом етилового спирту	3/5=0,6 4/4=1 3/5=0,6
За вмістом цукру	1/3=0,3 2/3=0,66 4/4=1 3/4=0,75
За виробником	3/4=0,75 4/5=0,8 3/5=0,6

Відповідно до отриманих результатів одержуємо, що показник глибини асортименту фруктового вина у торговій мережі «WHISKY:TIME» є високий.

Рівень показників оцінюємо таким чином: ( $0 > 0,5 > 1$ ).

Параметр нижче за 0,5 вважається низьким, 0,5 – середнім та більше за 0,5 – високий показник. Формула для визначення широти асортименту торгової мережі «WHISKY:TIME»:

Коефіцієнт широти (Кш) = Кількість фактична (Кф) / Кількість базова (Кб)

$$\text{Кш} = (10/14) * 100\% = 0,7$$

Отриманий результат означає, що широта асортименту – висока.

Перелік асортименту в торговій мережі «Rozetka» представлений у таблиці 3.7

Таблиця 3.7 – Аналіз асортименту в торговій мережі «Rozetka»

Найменування ознаки	Базова кількість	Фактична кількість
За торговими марками	Вино ТМ «Az-Granata» - 7 Вино ТМ «Absheron Sharab» - 5 Вино ТМ «Fruits & Wine» - 3 Вино ТМ «Ijevan» - 2 Вино ТМ «СНОУА» - 1	Вино ТМ «Az-Granata» - 5 Вино ТМ «Absheron Sharab» - 4 Вино ТМ «Fruits & Wine» - 3 Вино ТМ «Ijevan» - 2 Вино ТМ «СНОУА» - 1
За кольором	Червоне – 8 Біле – 6	Червоне – 7 Біле – 5

	Рожеве – 4	Рожеве – 3
За вмістом етилового спирту	10% - 4 11% - 5 12% - 6 13% - 3	10% - 4 11% - 5 12% - 5 13% - 1
За вмістом цукру	Сухі – 2 Напівсухі – 4 Напівсолодкі – 7 Десертні – 5	Сухі – 1 Напівсухі – 4 Напівсолодкі – 6 Десертні – 4
За виробником	Азербайджан – 7 Франція - 5 Японія – 1 Вірменія – 5	Азербайджан – 5 Франція - 4 Японія – 1 Вірменія – 5

Визначення показнику глибини і широти асортименту торгової мережі «Rozetka».

Коефіцієнт глибини асортименту фруктового вина визначається відносно до ознак класифікації. Беремо класифікацію «за товарними марками» та розраховуємо відповідні коефіцієнти глибини асортименту по кожній товарній марці за даною формулою коефіцієнта глибини.

Визначення глибини асортименту в торговій мережі «Rozetka» наведено у таблиці 3.8

Таблиця 3.8 – Визначення глибини асортименту в торговій мережі «Rozetka»

Найменівання ознаки	Коефіцієнт глибини, Кг
За торговими марками	$5/7=0,7$ $4/5=0,8$ $3/3=1$ $2/2=1$ $1/1=1$
За кольором	$7/8=0,8$ $5/6=0,83$ $3/4=0,75$
За вмістом етилового спирту	$4/4=1$ $5/5=1$ $5/6=0,83$ $1/3=0,33$
За вмістом цукру	$1/2=0,5$ $4/4=1$ $6/7=0,85$ $4/5=0,8$

За виробником	5/7=0,7 4/5=0,8 1/1=1 5/5=1
---------------	--------------------------------------

Згідно до отриманих результатів одержуємо, що показник глибини асортименту фруктового вина у торговій мережі «Rozetka» є високий.

Визначення широти асортименту торгової мережі «Rozetka».

$$K_{ш} = (15/18) * 100\% = 0,83$$

Отриманий результат означає, що широта асортименту має високий показник.

Перелік асортименту в торговій мережі «WINE TIME» представлений у таблиці 3.9

Таблиця 3.9 - Аналіз асортименту в торговій мережі «WINE TIME»

Найменування ознаки	Базова кількість	Фактична кількість
За торговими марками	Вино ТМ «Az-Granata» - 5 Вино ТМ «Веселий дідусь Пеіро» - 6 Вино ТМ «Casal Garcia» - 3	Вино ТМ «Az-Granata» - 3 Вино ТМ «Веселий дідусь Пеіро» - 4 Вино ТМ «Casal Garcia» - 2
За кольором	Червоне – 9 Біле – 4 Рожеве – 1	Червоне – 6 Біле – 2 Рожеве – 1
За вмістом етилового спирту	8% - 2 11% - 3 12% - 2 13% - 5 14% - 2	8% - 2 11% - 3 12% - 1 13% - 3 14% - 1
За вмістом цукру	Сухі – 1 Напівсухі – 2 Напівсолодкі – 6 Десертні – 5	Сухі – 1 Напівсухі – 1 Напівсолодкі – 4 Десертні – 3
За виробником	Азербайджан – 5 Україна – 6 Португалія – 3	Азербайджан – 3 Україна – 4 Португалія – 2

Визначення показнику глибини і широти асортименту торгової мережі «WINE TIME».

Коефіцієнт глибини асортименту фруктового вина визначається відносно до ознак класифікації. Беремо класифікацію «за товарними

марками» та розраховуємо відповідні коефіцієнти глибини асортименту по кожній товарній марці за даною формулою коефіцієнта глибини.

Визначення глибини асортименту в торговій мережі «WINE TIME» наведено у таблиці 3.10

Таблиця 3.10 - Визначення глибини асортименту в торговій мережі «WINE TIME»

Найменування ознаки	Коефіцієнт глибини, Кг
За торговими марками	3/5=0,6 4/6=0,67 2/3=0,67
За кольором	6/9=0,67 2/4=0,5 1/1=1
За вмістом етилового спирту	2/2=1 3/3=1 1/2=0,5 3/5=0,6 1/2=0,5
За вмістом цукру	1/1=1 1/2=0,5 4/6=0,67 3/5=0,6
За виробником	3/5=0,6 4/6=0,67 2/3=0,67

Згідно до отриманих результатів одержуємо, що показник глибини асортименту фруктового вина у торговій мережі «WINE TIME» є високий.

Визначення широти асортименту торгової мережі «WINE TIME»

$$K_{ш} = (9/14) * 100\% = 0,64$$

Отриманий результат означає, що широта асортименту має високий показник.

### 3.2 Оцінка відповідності пакування споживчої тари

Для вин – використовують різноманітну скляну тару, а також пакети з комбінованих пакувальних матеріалів, які стали альтернативою скляним пляшкам, у деяких країнах — дерев'яну тару невеликої місткості і бутилі

плетені місткістю до 5 дм<sup>3</sup>, частину вина розливають у ПЕТ-пляшки. Вино, яке розливають у пакети, важко оцінити за станом товарного вигляду і наявними дефектами.

Пакувальний матеріал, який застосовують у системі Tetra Brik Aseptic - це шестишаровий ламінат поліетилену, паперу й алюмінієвої фольги. Такий пакет зберігає якість вина, включаючи нестійкі і леткі ароматичні речовини.

Скляні пляшки випускають місткістю від 0,2 (сувенірні) до 3 дм<sup>3</sup> звичайних і дедалі привабливіших фігурних форм (форма скрипки, серцеподібні та ін.). Для більшості вин використовують забарвлені пляшки від світло- до темно-зеленого кольору. Поліпшується дизайн фасувальної тари і збільшується різноманітність оформлення пляшок широкою гамою етикеток [21]. У даній роботі представлені пляшки місткістю 0,7 л.

Вина закупорюють корковими пробками згідно з ГОСТ 5541 [22], поліетиленовими пробками згідно з чинними нормативними документами. Допускається закупорювання ординарних вин іншими закупорювальними засобами, дозволеними для використання центральним органом виконавчої влади у сфері охорони здоров'я України.

Колекційні вина і вина контрольованих найменувань закупорюють тільки корковими пробками.

У пляшках з винами, які пастеризують, допускається закупорювати вінчик шийки пляшки ковпачками типу «Алко» без ущільнювальних прокладок.

Пакування пляшок з вином повинно бути таким, що не пошкоджує їх оформлення і цілісність.

Зразок №1. Темна напівпрозора скляна пляшка, об'ємом 0,75 л., герметично закрита корковою пробкою. Дно пляшки вигнуто всередину, на дні було вибито об'єм та номер зміни, яка виготовляла партію пляшок. Пляшка має циліндричну форму та паперову етикетку, приклеєну клеєм. Дефектів не виявлено.

Зразок №2. Скляна напівпрозора темн-коричневого пляшка, об'ємом 0,75 л., герметично закрита корковою пробкою. Дно пляшки вигнуто всередину, на дні було вибито об'єм та номер зміни, яка виготовляла партію. Циліндричної форми з паперовою етикеткою, яка приклеєна клеєм. Дефектів не виявлено.

Зразок №3. Скляна непрозора темна матова пляшка, об'ємом 0,75 л., герметично закрита корковою пробкою. Дно пляшки вигнуто всередину, на дні було вибито об'єм та номер зміни, яка виготовляла партію. Пляшка циліндричної форми з паперовою етикеткою, приклеєною клеєм. Пляшка без дефектів.

Зразок №4. Скляна непрозора темна матова пляшка, об'ємом 0,75 л., герметично закрита корковою пробкою. Дно пляшки вигнуто всередину, на дні було вибито об'єм та номер зміни, яка виготовляла партію. Пляшка циліндричної форми з паперовою етикеткою, приклеєною клеєм. Пляшка без дефектів.

Зразок №5. Скляна непрозора темна матова пляшка, об'ємом 1,5 л., герметично закрита корковою пробкою. Дно пляшки вигнуто всередину, на дні було вибито об'єм та номер зміни, яка виготовляла партію. Пляшка циліндричної форми з паперовою етикеткою, приклеєною клеєм. Пляшка без дефектів.

Усі 5 зразків мають скляну темну пляшку, герметично закупорену корковою пробкою, пляшки мають циліндричну форму, присутні етикетки - приклеєні клеєм, зразки без дефектів та подряпин.

### **3.3 Оцінка маркування споживчої тари гранатових вин**

Аналіз маркування гранатового вина проводиться згідно з ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови» [10] та Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [15].

Згідно з вищезазначеними нормативними документами для фасованих товарів наступна інформація є обов'язковою, що зазначено в таблиці 3.1:

- 1) назва харчового продукту;
- 2) перелік інгредієнтів;
- 3) будь-які інгредієнти або допоміжні матеріали для переробки, які наведені у додатку № 1 до цього Закону або походять з речовин чи продуктів, наведених у додатку № 1 до цього Закону, які використовуються у виробництві або приготуванні харчового продукту і залишаються присутніми у готовому продукті, навіть у змінній формі;
- 4) кількість певних інгредієнтів або категорій інгредієнтів у випадках, передбачених цим Законом;
- 5) кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання;
- 6) мінімальний термін придатності або дата "вжити до";
- 7) будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання (за потреби);
- 8) найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів, відповідального за інформацію про харчовий продукт, а для імпортованих харчових продуктів - найменування та місцезнаходження імпортера;
- 9) країна походження або місце походження - у випадках, передбачених статтею 20 цього Закону;
- 10) інструкції з використання - у разі якщо відсутність таких інструкцій ускладнює належне використання харчового продукту;
- 11) для напоїв із вмістом спирту етилового понад 1,2 відсотка об'ємних одиниць - фактичний вміст спирту у напої (крім продукції за кодом 2204 згідно з УКТЗЕД);
- 12) інформація про поживну цінність харчового продукту.

Таблиця 3.11 – Інформація для споживачів щодо харчових продуктів

№ п/п	Вимоги законодавства	Зразок 1	Зразок 2	Зразок 3	Зразок 4	Зразок 5
1	Назва харчового продукту	Вино гранатове напівсолодке «Mugan»	Nar Bagı (Нар Багі) Вино гранатове натуральне напівсолодке	Гранатовое вино ZOLOTOY BAKU Вино плодове напівсолодке гранатове	Вино гранатове "Дерево життя" черв.сух 0,75 л 11% (Вірменія, ТМ "Дерево життя")	Вино "Chianti Classico DOCG Riserva" черв.сух 1,5л 14,5% (Італія, Тоскана,
2	Перелік інгредієнтів	Виготовлене із сорту граната «Гюлоша»	Гранатовий виноматеріал, цукр, харчові добавки: консервант (антиокиснювач)- піросульфат калія (E224), сорбат калія (E202).	Гранатове вино	Гранатове вино	Гранатове вино
3	будь-які інгредієнти або допоміжні матеріали для переробки, які наведені у <a href="#">додатку № 1</a>	Відсутні	Відсутні	Відсутні	Відсутні	Відсутні
4	кількість певних інгредієнтів або категорій інгредієнтів у випадках, передбачених цим Законом	Відсутні	Відсутні	Відсутні	Відсутні	Відсутні

Продовження таблиці 3.11

№ п/п	Вимоги законодавства	Зразок 1	Зразок 2	Зразок 3	Зразок 4	Зразок 5
5	кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання	0,75 л	0,75 л	0,75 л	0,75	1,5 л
6	мінімальний термін придатності або дата "вжити до"	Термін придатності до вживання – необмежений. Термін гарантійного зберігання – 60 місяців.	Гарантійний термін зберігання 5 років. Якщо після закінчення терміну зберігання у вині не з'явилися румутніння чи видимий осад, вино придатне до подальшого споживання, зберігання та реалізації.	Гарантійний термін зберігання 6 років. Якщо після закінчення терміну товар незмінив свій колір, то він придатний до подальшого вживання.	Гарантійний термін зберігання 6 років. Якщо після закінчення терміну товар незмінив свій колір, то він придатний до подальшого вживання.	Гарантійний термін зберігання 6 років. Якщо після закінчення терміну товар незмінив свій колір, то він придатний до подальшого вживання.
7	будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання (за потреби)	Зберігати в сухому затемненому вентилярованому місці при температурі від +5°C до +20°C, при відносній вологості до 85%.	Рекомендується зберігати у вентиляваних приміщеннях, які виключають вплив прямого сонячного світла при відносній вологості повітря до 85% і при температурі від +5°C до +20°C. Після відкриття	Зберігати в сухому прохолодному місці при температурі від +5 до + 25°C.	Зберігати в сухому прохолодному місці при температурі від +5 до + 25°C.	Зберігати в сухому прохолодному місці при температурі від +5 до + 25°C.

			зберігати за температури від +5°C до +10°C у захищеному від світла місці не більше ніж 5 діб.			
8	найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів, відповідальною за інформацію про харчовий продукт, а для імпортованих харчових продуктів - найменування та місцезнаходження імпортера	Виробний і експортер: «АЗ-ГРАНАТА» ООО Агсуйский завод з виробництва соків і вин, м. Агсу, Азербайджанська Республіка, тел.: +994125635284, <a href="http://www.azgranata.az">www.azgranata.az</a> Імпортер: ТОВ «ТОВУЗ ВИНО» Юр. Адреса: 03049, Україна, м. Київ, пр-т. Повітрофлотський, 15. Офіційний представник в Україні: ТОВ «ТОВУЗ ВИНО» м. Київ. Вул. Срібнокільська, 3-г	Виробник: ВАТ «Ашерон-Шараб», вул. Достлуг, 1, с. Медхіабад, Абшеронський район, AZ0118, Азербайджанська Республіка, <a href="http://www.absheron-sharab.az">www.absheron-sharab.az</a> Імпортер: ТОВ «КФ «АЛЬЯНС Україна», вул. Соборна, буд 114 літера Е, корпус 4, с. Софіївська Борщагівська, Києво-Святошенський р-н., Київська обл., 08131, Україна, тел. +38044466312.	Виробник: ТОВ «Агро-Азерінвест», Азерюб айджан, AZ3600 р Габала, вул. Е. Керімова 34 Імпортер: ТОВ «Вайн-Хол», тел. (0612)-20-00-52 Юридична адреса: вул. Героїв АТО 22-А, 70500, м. Оріхів, Оріхівський р-н, Запорізька обл, Україна	Виробник ООО «Прошянскій кон'ячний завод» Арменія Імпортер: ТОВ «КФ «АЛЬЯНС Україна», вул. Соборна, буд 114 літера Е, корпус 4, с. Софіївська Борщагівська, Києво-Святошенський р-н., Київська обл., 08131, Україна, тел. +38044466312.	Виробник: ТМ «Verazzano» Імпортер: ТОВ «КФ «АЛЬЯНС Україна», вул. Соборна, буд 114 літера Е, корпус 4, с. Софіївська Борщагівська, Києво-Святошенський р-н., Київська обл., 08131, Україна, тел. +38044466312.
9	країна походження або місце походження - у випадках, передбачених <a href="#">с</a>	Інформація відсутня	Азербайджан, Гайчанський район	Інформація відсутня	Вірменія	Регіон Тоскана, Італія






	<a href="#">т.20</a> цього Закону					
10	інструкції з використання – у разі якщо відсутність таких інструкцій ускладнює належне використання харчового продукту	Рекомендовано вживати при температурі вина +12°C- +14°C.	Рекомендується вживати з м'ясними стравами та делікатесами. Рекомендована температура подачі 16-18°C.	Інформація відсутня	Рекомендується вживати з м'ясними стравами та делікатесами. Рекомендовано вживати при температурі вина +12°C- +14°C.	Рекомендується вживати з м'ясними стравами та делікатесами. Рекомендовано вживати при температурі вина +12°C- +14°C.
	для напоїв із вмістом спирту етилового понад 1,2 відсотка об'ємних одиниць – фактичний вміст спирту у напої (крім продукції за <a href="#">КОДОМ 2204</a> згідно з УКТ ЗЕД)	11-12% об.	13,2% об.	10-13% об.	11% об.	14,5% об.
	інформація про поживну цінність харчового продукту	Інформація відсутня	Поживна цінність на 100 мл продукту: Білки – 0 г Жири – 0 г Вуглеводи – 4 г Енергетична цінність (калорійність) на 100 мл: 394(кДж)/94(ккал)	Інформація відсутня	Інформація відсутня	Інформація відсутня

Також на етикетці зазначена додаткова інформація про маркування, що не заявлена в Законі України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [15] та наведена в таблиці 3.6.



На всі 5 зразків нанесено додаткову інформацію про маркування, що не зазначена в Законі України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів». щодо надмірного споживання алкоголю шкідливе для вашого здоров'я, заборонено вживати дітям до 18 років, вагітним жінкам, водіям транспортних засобів, літнім людям, алергікам та особам, що мають медичні та професійні протипоказання до вживання алкогольних напоїв. Також на всіх зразках зазначено, що вони не містять ГМО.

Також до додаткової інформації на етикетці відносять інформаційні знаки, що зазначено в таблиці 3.12

Таблиця 3.12 – Інформаційні знаки які зазначені на зразках

Зразок	Інформаційні знаки	Їх значення
Зразок №1		Інформація відсутня
Зразок №2		Матеріал, придатний для контакту з харчовими продуктами Цей знак означає, що упаковка продукту вироблена з матеріалу який придатний для контакту з харчовими продуктами.
		Цей знак інформує, що даний товар заборонено вживати вагітним жінкам.
		Цей знак інформує, що даний товар відповідає стандартам
		Знак у вигляді трикутника з трьох стрілок, що означають замкнутий цикл (виробництво – застосування – утилізація), вказує, що дана упаковка придатна для подальшої переробки.
		Цей знак у перекладі з німецької має назву «Зелена крапка» і означає, що виробник маркованої ним продукції сплатив збір за збір і переробку відходів упаковки в рамках системи управління відходами споживання, що впроваджена в Німеччині. На території України цей знак не має змістовного значення для товаровиробників, споживачів чи контролюючих органів.

## Продовження таблиці 3..12

Зразок №3		Матеріал, придатний для контакту з харчовими продуктами Цей знак означає, що упаковка продукту вироблена з матеріалу який придатний для контакту з харчовими продуктами.
		Знак у вигляді трикутника з трьох стрілок, що означають замкнутий цикл (виробництво – застосування – утилізація), вказує, що дана упаковка придатна для подальшої переробки.

Зразок №1 не має ніяких інформаційних знаків, що є дуже великим мінусом. Зразок №1 поступається іншим зразкам у маркуванні.

### 3.4 Оцінка якості гранатових вин за органолептичними та фізико-хімічними показниками

Органолептична оцінка товару – узагальнена оцінки якості, здійснена лише за допомогою органів чуття людини. Оцінюються зовнішні характеристики, такі як вигляд, колір, форма, прозорість, запах.

Дегустація вин та напоїв повинна відбуватися в спеціальному, яскраво освітленому приміщенні з чистим повітрям без сторонніх запахів. Температура в дегустаційній кімнаті рекомендується 15-16°C.

Дегустаційні столи можуть бути загальними для всіх дегустаторів або окремими для кожного дегустатора, щоб уникнути можливості контакту між дегустаторами.

Дегустаційний стіл повинен бути обладнаний глечиком з чистою водою та інструментами для зливання залишків винного продукту або напою.

Келихи для дегустації повинні бути простими і легкими, без прикрас, виготовленими з безбарвного тонкого скла, без відтінків, які можуть змінювати колір винного продукту або напою. Форма келиха повинна бути тюльпаноподібною або яйцеподібною, ємністю приблизно 150 мл, але всі дегустатори повинні мати однаковий келих для однієї дегустації.

Порядок подачі вин і напоїв для дегустації повинен бути таким, щоб дегустатори не втомлювалися і щоб попередній зразок не впливав на наступний.

Максимальна кількість зразків не повинна перевищувати 50-ти за робочий день [23].

Зовнішній вигляд, консистенція, колір, маркування, пакування перевіряють візуально, запах та смак – органолептично. За органолептичними показниками вино повинно відповідати вимогам ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови» [10]. Органолептична оцінка вина наведена в таблиці 3.9

Таблиця 3.14 – Органолептична оцінка вина

Найменування показника	Зразок №1	Зразок №2	Зразок №3	Зразок №4	Зразок №5	Вимоги ДСТУ 4806-2007
Прозорість	Прозорий з блиском, без осаду і сторонніх включень.	Прозорий з блиском, на дні пляшки присутній осад.	Прозорий з блиском, без осаду і сторонніх включень.	Прозорий з блиском, без осаду і сторонніх включень.	Прозорий з блиском, без осаду і сторонніх включень.	Прозорі з блиском, без осаду і сторонніх включень
Колір	Яскраво-червоний.	Темно-червоний з коричневим відтінком.	Темно-червоний з коричневим відтінком.	Темно-червоний.	Темно-червоний.	Від червоного до темно-червоного різних відтінків
Смак і аромат (букет)	Яскравий аромат свіжих плодів гранату. Смак яскраво виражений, не стиглого гранту, присутня приємна кислота.	Аромат гранату не відчувається. В смаку гранат зовсім не відчувається, після смак сливи, дуже кисле.	Аромат гранату ледве відчувається. Смак гранату погано виражений, присутній ледь помітний після смак гранату, дуже кисле.	Яскравий аромат свіжих плодів гранату. Смак яскраво виражений, не стиглого гранту, присутня приємна кислота.	Яскравий аромат свіжих плодів гранату. Смак яскраво виражений, не стиглого гранту, присутня приємна кислота.	Повинен відповідати групі і типу вина, залежить від сортів винограду, з яких виготовляють вино

Проаналізувавши Таблицю 3.14, можна зробити висновки, що тільки Зразок №1 відповідає вимогам ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови» [10].

Таблиця 3.15 – Інтенсивність показників зовнішнього вигляду та кольору вина

Показник	Зразок №1	Зразок №2	Зразок №3	Зразок №4	Зразок №5
Відповідність кольору (+)	5	2	2	5	5
Насиченість кольору (+)	4	2	3	4	4
Натуральний колір (+)	5	3	3	5	5
Прозорість (+)	4	1	1	4	4
Осад (-)	0	3	0	0	0
Мутність (-)	0	0	0	0	0
Сторонні включення (-)	0	0	0	0	0

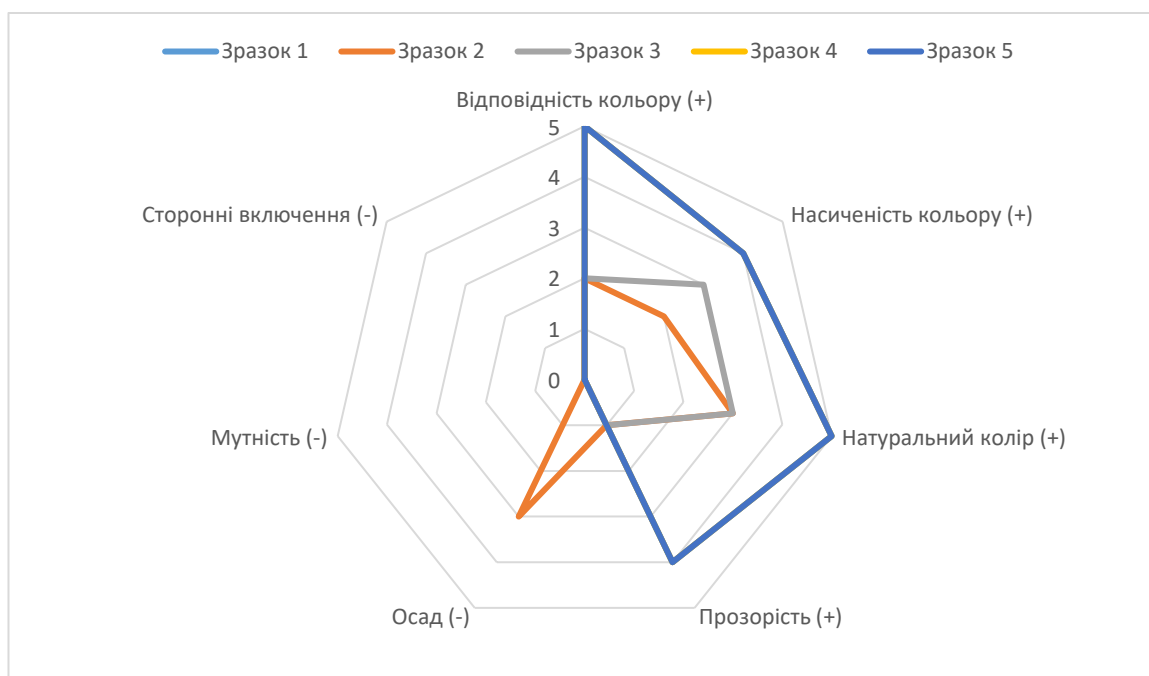


Рис 3.1 – Профілограма зовнішнього вигляду та кольору вина

Таблиця 3.16 – Інтенсивність показників смаку та аромату

Показник	Зразок №1	Зразок №2	Зразок №3	Зразок №4	Зразок №5
Приємний аромат (+)	5	2	4	5	5
Виражений аромат (+)	5	3	3	5	5
Відповідний смак (+)	5	2	3	5	5
Приємний смак (+)	5	1	2	4	5
Солодкість (+)	3	0	0	2	3
Різкий смак (-)	0	1	1	0	0
Кислотність (-)	2	5	5	1	2
Надлишковий аромат спирту (-)	0	0	0	0	0
Спиртовий присмак (-)	0	0	3	0	0

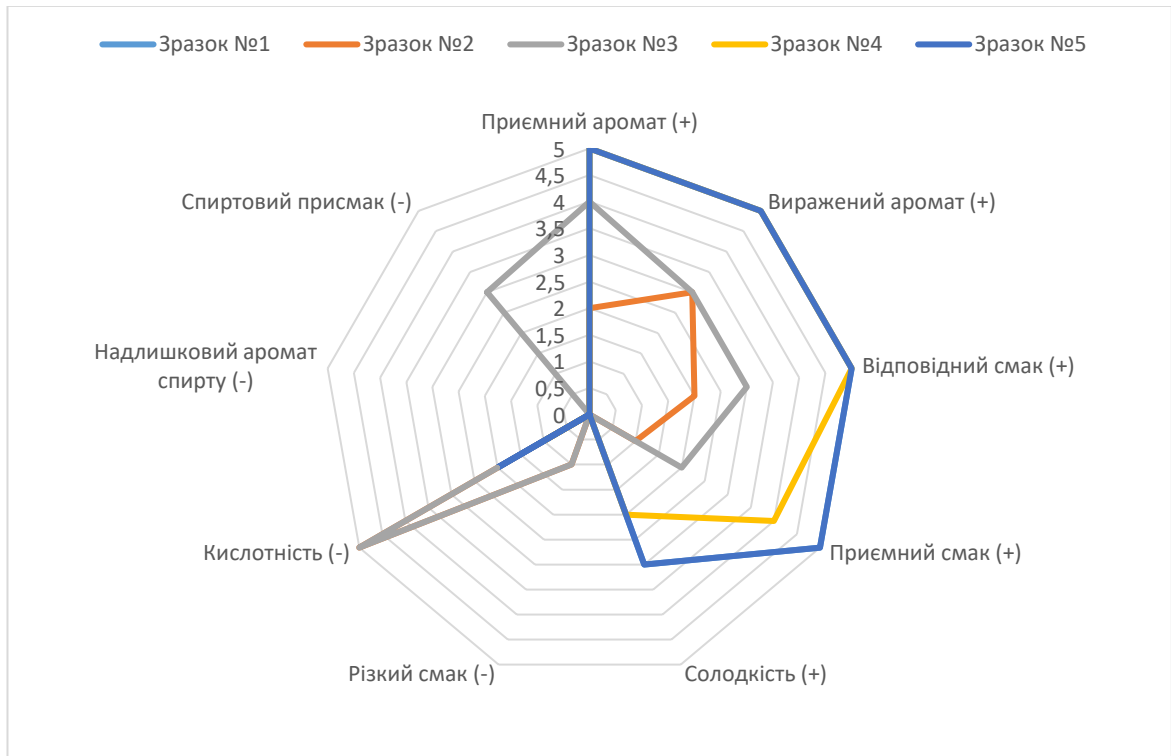


Рис. 3.2 – Профілограма смаку та аромату

Було проведено органолептичне оцінювання усіх 3 зразків гранатового вина. Органолептична оцінка показала, що тільки Зразки №1, №4 та №5 мають яскраво виражений аромат та смак гранату, що відповідає вимогам ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови» [10]. Інші зразки – Зразок №2 та Зразок №3 не мають ні аромату, ні смаку гранату. Хоча усі 3 зразка є напівсолодкими винами – в результаті дослідження визначено, що вони мають достатньо кислий смак. Зразок №1 має вищу оцінку з прозорості в інтенсивності показників зовнішнього вигляду, тому що це вино має приємний червоний колір та не є таким темним, на відмінну від інших зразків. Зразок №2 має значний осад на дні пляшки, що є великим недоліком.

За фізико-хімічними показниками вина повинно відповідати вимогам ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови» [10].

Показники наведено в таблиці 3.17

Таблиця 3.17 – Фізико-хімічні показники якості вина

Показники	Зразок №1	Зразок №2	Зразок №3	Зразок №4	Зразок №5
Об'ємна часта етилового спирту	11-12% об. (за маркування м)	13,2% об. (за маркування м)	10-13% об. (за маркування м)	10-13% об. (за маркування м)	10-13% об. (за маркування м)
Масова концентрація цукрів	30,0-80,0	30,0-80,0	30,0-80,0	30,0-80,0	30,0-80,0
Масова концентрація титрованих кислот в перерахунку на винну кислоту	5-7	5-7	5-7	5-7	5-7
Масова концентрація сірчаної кислоти	250/30	250/30	250/30	250/30	250/30

Проаналізувавши методики дослідження фізико-хімічних показників згідно вимогам ДСТУ 4806-2007 «Вина. Загальні технічні умови» [10], було визначено, що найголовнішими показниками у вині є об'ємна часта етилового спирту, яку визначають піктометром, визначення масової концентрації цукрів, яку визначають методом Бертрана, визначення масової концентрації титрованих кислот в перерахунку на винну, яку визначають титруванням розчином гідроксиду натрію або калію та визначення концентрації сірчаної кислоти, яку також визначають титруванням.

### 3.5 Розрахунок показників міжнародної торгівлі фруктових вин

Сукупність показників розвитку міжнародної торгівлі можна поділити на сім груп: об'ємні (абсолютні) показники, результуючі, структурні, інтенсивності, ефективності, динаміки та зіставлення. Основою системи показників розвитку міжнародної торгівлі є група об'ємних індикаторів, до складу якої входять експорт, реекспорт, імпорт, реімпорт, зовнішньоторговельний обіг, «генеральна» торгівля, «спеціальна» торгівля та фізичний обсяг торгівлі.

Зовнішньоторговельний обіг — сума вартості експорту та імпорту країни, або груп країн за певний період часу: рік, квартал, місяць. Зовнішньоторговельний обіг показує загальні обсяги зовнішньоторговельної діяльності, тобто як експорту, так і імпорту разом:

$$\text{ЗТО} = \text{E} + \text{I},$$

де ЗТО — зовнішньоторговельний обіг;

E — обсяг експорту (у вартісних одиницях);

I — обсяг імпорту (у вартісних одиницях).

Сальдо (від італ. saldo — розрахунок, залишок) — різниця між грошовими надходженнями і витратами за певний проміжок часу. Сальдо торговельного балансу:

$$\text{Ст} = \text{Et} - \text{It},$$

де Ст — сальдо торговельного балансу;

Et — вартість товарного експорту;

It — вартість товарного імпорту.

Якщо експорт (надходження) перевищує імпорт (платежі), то сальдо додатне, а торговельний баланс активний. Якщо ж експорт (надходження) менший за імпорт (платежі), то сальдо від'ємне, а торговельний баланс пасивний. Рівність експорту та імпорту означає нульове сальдо балансу, а сам баланс у таких випадках називається чистим, чи нетто-балансом.

Абсолютні показники міжнародної торгівлі фруктовими винами представлено в таблиці 3.18

Таблиця 3.18 - Розрахунок абсолютних показників міжнародної торгівлі

Роки торгівлі фруктовими винами	Абсолютні показники, тис. дол. США)				Зміна до попереднього періоду,%		
	Товарообіг	Експорт	Імпорт	Сальдо	Товарообіг	Експорт	Імпорт
2020р.	37163	766	36397	-35631	-	-	-
2021р.	28842	760	28082	-27322	-22	-0,8	-22,8

Продовження таблиці 3.18

Роки торгівлі фруктовими винами	Абсолютні показники, тис. дол. США)				Зміна до попереднього періоду,%		
	Товарообіг	Експорт	Імпорт	Сальдо	Товарообіг	Експорт	Імпорт
2022р.	13934	324	13610	-13286	-51,7	-57,3	-51,5
2023р.	17851	475	17376	-16901	+28,1	+46,6	+27,7
11 місяців 2024р.	15092	526	14566	-14040	-15,4	+10,7%	-16,2

З таблиці видно, що обсяги експорту, так і імпорту за період з 2020 по 2022р. значно зменшується, впродовж 2023-2024р. спостерігаємо поступове зростання, частка експорту у 2023р. у порівнянні з попередніми роком зросла на 46,6%, а у 2024р порівняно з попереднім 2023р зросла ще на 10,7 %, враховуючи, що дані наведено за 11 місяців, то дані показники ще можуть збільшитися.

Але при цьому слід зауважити, що сальдо на фруктові вина є від'ємною і Україна концентрує виробництво на виноградні вина, а фруктові вина в більшості є імпортними, оскільки дані вина є не популярними серед населення і мають невеликий сегмент споживання.

Також слід відмітити, що за роки війни перелік країн-контрагентів змін не зазнало, основними країнами-учасницями міжнародної торгівлі фруктовими винами залишається країни ЄС та СНД, зокрема збільшено обсяги імпорту з Азербайджану, Вірменії та зменшені з Казахстаном через порушенням логістичних ланцюгів, а з Білоруссю взагалі припинені торговельні відносини.

В 2019 році почалось відносне поживлення та відновлення зовнішньої торгівлі Разом з тим, після відносного поступового відновлення зовнішньої торгівлі, криза, викликана зростанням захворюваності на COVID-19, пригальмувала розвиток зовнішньої торгівлі України, і вже у 2022 році знову спостерігаємо зменшення економічних показників через повномасштабне вторгнення Російської Федерації на територію України. На

рисунку 3.3 представлено динаміку товарообігу фруктових вин в Україні за 2020р. – 11 місяців 2024р.

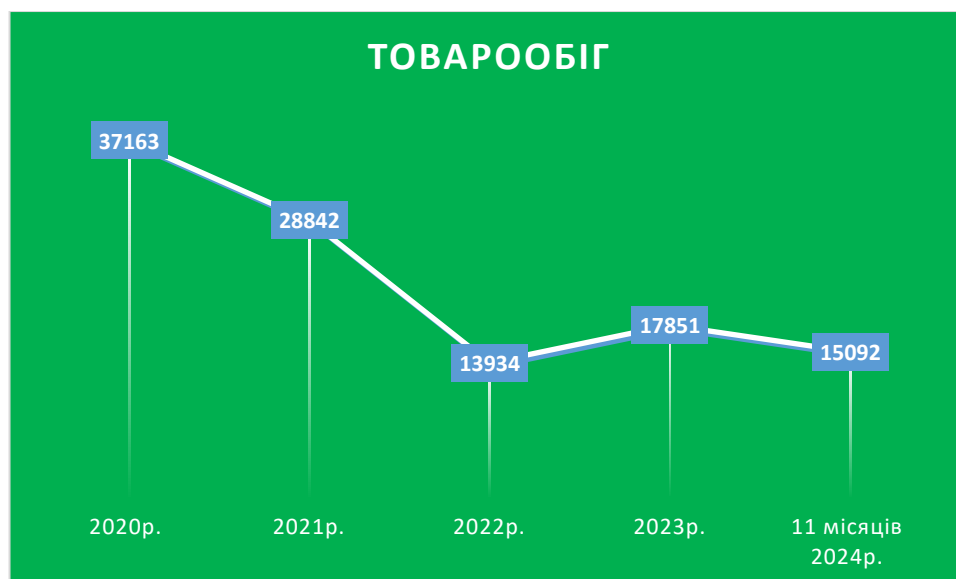


Рис. 3.3 - Товарообіг фруктових вин за 2020р.- 11 місяців 2024р.

Рисунок 3.3 також демонструє спад міжнародної торгівлі фруктовими винами через війну в країні, але бачимо, що обсяги товарообігу з 2023р починається рости, хоча фруктові вина є специфічними та не користуються широким попитом, зокрема від виноградних вин. В супермаркетах оптимізація асортименту відбувається за принципом – що швидке продається, те і імпортується.

На рис. 3.4 представлено динаміку експортно-імпортних операцій фруктовими винами, де видно, що сальдо за всі 5 років є від'ємною, оскільки Україна не концентрує виробництво на фруктові вина. Вони займають маленьку долю обсягу виробництва і відповідно експорту. Але слід зауважити, що експорт здійснюється, хоча і за невеликими обсягами, але в останні 2 роки тенденція є зростаючою.

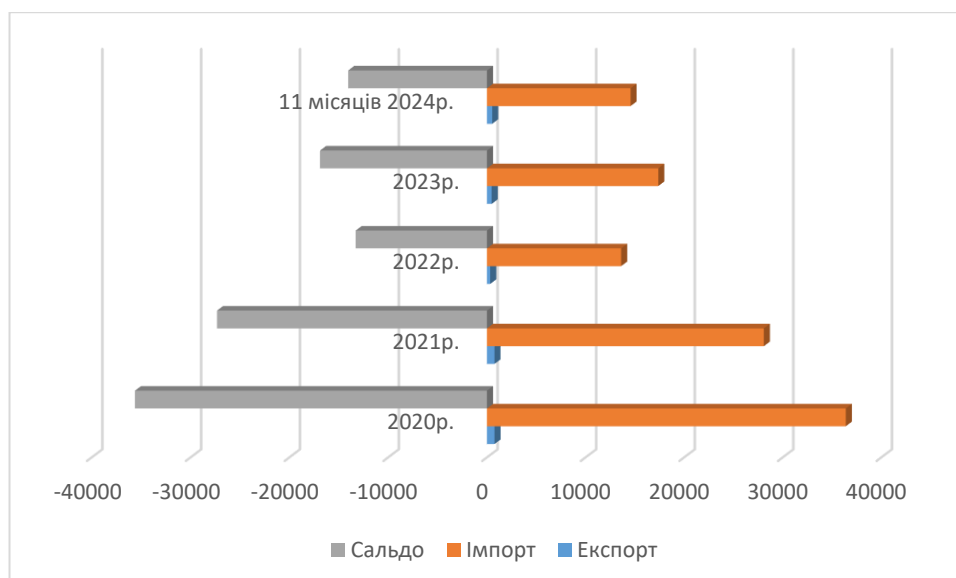


Рис. 3.4 – Динаміка показників експорту та імпорту фруктових вин, тис. дол. США

Зміни до попереднього періоду щодо торгівлі України фруктовими винами наглядно представлено на рис. 3.5

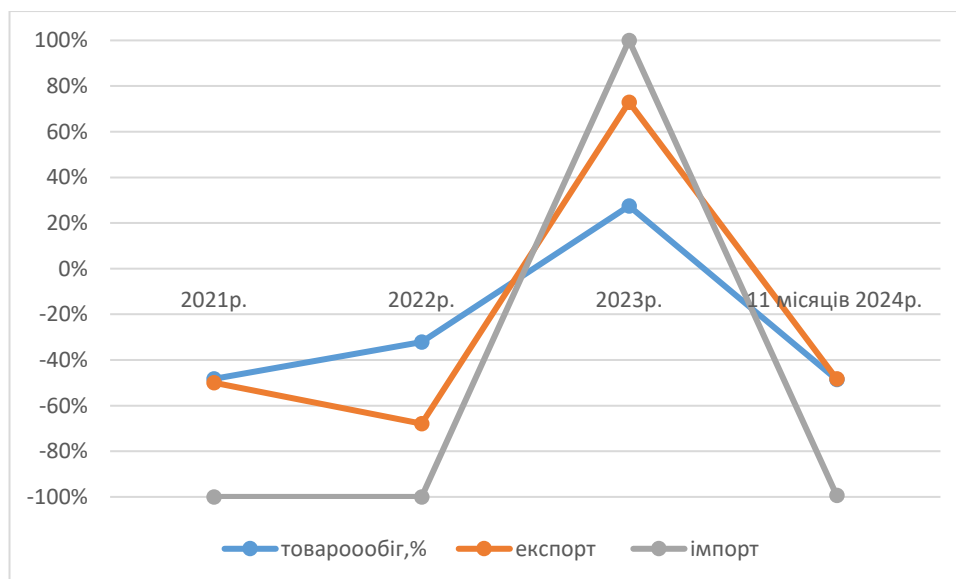


Рис. 3.5 – Зміни до попереднього періоду щодо торгівлі України фруктовими винами, %

З рисунку 3.5 видно, що у 2023р. і доля експорту, і доля імпорту зросла на 46,6% та 27,7% відповідно, а у 2024р. порівняно з попереднім роком

експорт збільшився ще на 10,7% на відміну від імпорту, який скоротився за змінами попереднього року на 16,2 %.

Виходячи з вищенаведених розрахунків можна зробити висновок, що через негативні наслідки повномасштабного вторгнення РФ в Україну великі компанії – імпортери, дистриб'ютори, підприємства роздрібної торгівлі, бізнес яких пов'язаний з вином та міцним алкоголем, мали значні складнощі із логістикою, що спонукало негайно трансформувати та оптимізувати бізнес-процеси. Один із ключових викликів, з якими змушені були зіткнутися українські компанії, – переформатування логістики вина, як на зовнішніх так і на внутрішньому ринках.

### **3.6 Застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності при імпорті гранатового вина ТМ «Az-Granata» «Mugam»**

Нетарифне регулювання - це комплекс заходів обмежено-заборонного порядку, що перешкоджають проникненню іноземних товарів на внутрішній ринок країни.

Мета тарифного регулювання полягає, по-перше, в покращенні конкурентних умов в імпортуючій країні, та в захисті національної промисловості, здоров'я населення, охороні навколишнього середовища, моралі, релігії і національній безпеці.

Нетарифні обмеження являються заходами прихованого протекціонізму. У зовнішній торгівлі використовуються більше 50 таких заходів, які можуть здійснюватися як через адміністративні, так і фінансові інструменти регулювання.

До нетарифних заходів регулювання відносяться (рис.3.6):



Рис. 3.6 - Заходи нетарифних регулювань

1. Заборони експорту та імпорту. Це вимушені заходи, визнані міжнародною практикою. Заборони можуть виступати у відкритій і закритій формі. Різновидом заборони відкритої форми являються часткові заборони, які, в свою чергу, можуть мати безумовний і умовний характер. Заборони безумовного характеру встановлюються на імпорт товарів, здатних заподіяти шкоду різним сферам життєдіяльності держави. Умовні заборони використовують тоді, коли постачальник імпортової продукції не дотримується встановлених правил і норм. Крім постійнодіючих заборон, використовуються також сезонні і тимчасові заборони на ввіз.

2. «Добровільні» обмеження експорту. Їх відносять в особливу групу кількісних обмежень. Вони являють собою неофіційну домовленість між експортером та імпортером про обмеження ввозу певних товарів на ринок імпортера. Ще в кінці 50-х рр. США почали нав'язувати азіатським країнам угоду про добровільне обмеження в односторонньому порядку в США текстилю, а пізніше - сталю прокату і ряду інших товарів. З 1969 р. система «добровільних» квот почала діяти на світовому ринку чорних металів, охопивши майже 2/3 світового ринку цих товарів. І таких прикладів можна навести багато. В даний час в світі країнами досягнуто більше 100 угод про «добровільне» обмеження експорту і про встановлення мінімальних імпортних цін.

3. Антидемпінгові заходи - специфічні заходи нетарифного регулювання, які являють собою судові та адміністративні тяжби, претензії, які пред'являють національні підприємці іноземним постачальникам, звинувачуючи їх у продажу товарів по занижених цінах (нижче «нормальних» цін), що може нанести шкоду місцевим виробникам.

Антидемпінгові заходи часто використовуються країною-імпортером для здійснення тиску на експортерів з метою захисту свого ринку. Демпінгові санкції можуть бути різними: чи демпінговий товар обкладається антидемпінговим митом, чи експортеру знижується квота доставки товару.

4. Імпортний депозит. Це попередня застава, яку імпортер повинен внести в свій банк перед закупівлею іноземного товару. Протекціоністське значення імпортних депозитів полягає в тому, що вони збільшують витрати імпортера під час даної операції і підвищують ціну імпортного товару.

5. Технічні бар'єри. Це перешкоди для імпорту іноземних товарів, що виникають в зв'язку з їх невідповідністю до національних стандартів систем виміру та інспекції якості, вимог техніки безпеки, санітарно-ветеринарних норм, правил упаковки, маркірування та інших вимог. Перевірка відповідності ввезеного в країну товару всім цим вимогам обумовлюється об'єктивними вимогами виробництва і споживання продукції. В той же час, вони можуть виконувати протекціоністську роль.

6. Кількісні обмеження експорту та імпорту. Вони являються традиційними методами кількісного обмеження в міжнародній торгівлі. До них відносяться квотування і ліцензування.

Квотування являє собою лімітування розміру імпорту (експорту) з допомогою квот (контингентів). Квота - це встановлення у вартісному чи фізичному вираженні певного об'єму експорту (імпорту) на визначений період. Квотування здійснюється з метою ліквідації торгового і платіжного дисбалансу з окремими країнами; регулювання попиту і пропозиції на

внутрішньому ринку; виконання міжнародних зобов'язань і досягнення взаємовигідних домовленостей.

В Україні використовуються глобальні квоти (встановлюються для товарів без визначення конкретних країн, куди вони експортуються, чи з яких вони імпортуються), групові (для товарів з визначенням групи країн, куди вони експортуються, чи з яких вони імпортуються), індивідуальні (для товарів з визначенням конкретної країни, куди вони можуть експортуватися, чи з якої вони можуть імпортуватися).

Ліцензування - це обмеження у вигляді одержання права чи дозволу (ліцензії) від уповноважених державних органів на ввіз (вивіз) певного об'єму товарів.

На Україні використовуються генеральна ліцензія (відкритий дозвіл на експортні (імпортні) операції по окремому товару чи окремій країні (групі країн) на протязі періоду дії режиму ліцензування по даному товару), разова або індивідуальна (одноразовий дозвіл, який має іменний характер і видається для здійснення кожної окремої операції конкретним суб'єктом ЗЕД на період, необхідний для її здійснення), відкрита (дозвіл на експорт (імпорт) товару на протязі конкретного періоду (але не менше одного місяця) з визначенням його загального об'єму.)

7. Заходи, пов'язані з виконанням митних формальностей. До них відносяться прикордонний податок, який накладається на товари за факт перетину кордону, платежі, пов'язані з оформленням документів на митниці, митним оглядом товарів, перевіркою їх якості, інші платежі. Наприклад, в Україні за митне оформлення товарів, в залежності від митної вартості, при перевищенні 1000 дол. США береться митний збір в розмірі 0,2% від митної вартості.

Можна зробити висновок про те, що успішна зовнішньоекономічна діяльність багато в чому залежить від знання можливостей її збуту, дотримання умов роботи на зовнішніх ринках, норм і правил національних і міжнародних засобів впливу на зовнішню торгівлю [24].

В Україні до заходів нетарифного регулювання відносять:

- Заходи офіційного контролю;
- Попередній документальний контроль.

Заходи офіційного контролю - фітосанітарний контроль, ветеринарно-санітарний контроль, державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин, що проводяться згідно із законодавством України [25, ст.4].

До заходів офіційного контролю відносять: фітосанітарний контроль, ветеринарно-санітарний контроль, державний контроль.

Застосування заходів офіційного контролю регламентовано постановою Кабінету Міністрів України №960 від 24 жовтня 2018 р. «Деякі питання проведення заходів офіційного контролю товарів, що ввозяться на митну територію України (у тому числі з метою транзиту)» [26].

Відповідно до [26] фітосанітарний контроль застосовується до товарів, що перетинають митний кордон України згідно до Закону України «Про карантин рослин» [27] та «Про насіння і садівний матеріал» [28]. Фітосанітарний контроль, відповідно до Закону України «Про карантин рослин» № 3348-ХІІ від 30.06.1993 [27] застосовується до товарів, такі як: рослини, продукти рослинного походження, а також місць де вони зберігаються, упаковки, засоби перевезення, контейнерів, ґрунтів та будь-яких інших організмів. Також застосовується до імпортних і транзитних вантажів, таких як: рослини, продукти рослинного походження. Ці вантажі повинні відповідати таким вимогам:

- бути вільними від карантинних організмів;
- супроводжуватися оригіналами фітосанітарних сертифікатів;

Згідно з Наказом про «Фітосанітарні правила ввезення з-за кордону, перевезення в межах країни, транзиту, експорту, порядку переробки та реалізації підкарантинних матеріалів», який затверджений Міністерством

Аграрної політики України № 731 від 22.12.2005. [29], мета фітосанітарного контролю полягає:

- Охороні території країни від занесення або самостійного проникнення карантинних організмів;
- Виконанні міжнародних обов'язків України, угод з карантину рослин, вимог договорів (контрактів);
- Попередженні проникнення шкідливих організмів як на територію України, так і за її межі;
- Захисті споживачів від придбання заражених шкідниками, хворобами рослин та бур'янами підкарантинних матеріалів, у тому число імпортованих, що можуть завдати значних збитків народному господарству та навколишньому середовищу України.

Відповідно до Закону України «Про насіння і садивний матеріал» 26.12.2002 № 411-IV [28] застосовується фітосанітарний контроль до продуктів насінництва та різних рослин, що перетинають митний кордон України. Україна бере участь у міжнародному співробітництві у сфері насінництва та розсадництва, зокрема на основі міжнародних договорів України. Участь України у міжнародному співробітництві у сфері насінництва та розсадництва здійснюється у порядку, встановленому законом. У разі якщо міжнародними договорами України встановлено інші правила, ніж ті, що містяться в цьому Законі, застосовуються правила міжнародних договорів України [28].

Ветеринарно-санітарний контроль застосовують до живих тварин, живої риби, запліднених яєць птахів для інкубації, ветеринарних препаратів. Ввезення на територію України імпортованих чи транзитних товарів здійснюються виключно через призначені прикордонні інспекційні пости [30, ст.81], тобто пости на яких є представники ветеринарної служби. У пунктах пропуску через ветеринарно-санітарні пости до живих тварин може бути застосовано: проведення клінічного огляду, ізоляцію тварин, які хворіють, проведення дезінфекції транспортних засобів, якщо було

виявлено підозру на хворобу у тварин. Забороняється ввезення на територію України ветеринарних препаратів, не зареєстровані в країні [30, ст.82]. Згідно до статті 87 Закону України «Про ветеринарну медицину» [30] усі товари, що попадають під ветеринарний контроль, які ввозяться на територію України підлягають стандартному прикордонному ветеринарно-санітарному контролю, на цих постах, таким шляхом вимагання міжнародного ветеринарного сертифікату, який повинен супроводжувати вантаж.

- В рамках діючих міждержавних угод про вільну торгівлю (з країнами СНД, Республікою Грузія, Республікою Македонія та Чорногорією) партія вина гранатового звільнено від сплати мита при імпорті. Таке звільнення здійснюється при дотриманні умов (наявність сертифіката про походження товару СТ-1, виконання правил прямого відвантаження та безпосередньої закупівлі) з Азербайджану (підстава Міждержавна угода від 28.07.1995

Угода між Урядом України та Урядом Азербайджанської Республіки про вільну торгівлю

*Підлягає офіційному виду контролю - державному контролю за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя твардероль*

Код документу: "5509" - інформація про позитивні результати проведення заходів офіційного контролю з використанням механізму "єдиного вікна" відповідно до положень ПКМУ від 24.10.2018 р. № 960 в разі ввезення на митну територію України здійснюється у формі попереднього документального контролю пунктах пропуску через державний кордон України та територіальними органами Держпродспоживслужби під час оформлення товарів у відповідний митний режим.

Попередній документальний контроль в пункті пропуску здійснюється на підставі оригіналу міжнародного сертифікату та транспортних (перевізних) документів.

Попередній документальний контроль – це заходи офіційного контролю у пунктах пропуску (пунктах контролю) через державний кордон України проводяться митними органами. Шляхом перевірки документів і відомостей [25].

Попередній документальний контроль в пункті пропуску здійснюється на підставі оригіналу міжнародного сертифікату (для товарів, зазначених у Переліку продуктів, які підлягають державному контролю на призначених прикордонних інспекційних постах) та транспортних (перевізних) документів. Попередній документальний контроль розпочинається після пред'явлення митному органу товарів, транспортних засобів комерційного призначення і документів на такі товари в пункті пропуску (пункті контролю) через державний кордон України. Протягом двох годин з моменту пред'явлення товарів, транспортних засобів комерційного призначення посадова особа митного органу під час проведення попереднього документального контролю зобов'язана:

- 1) прийняти одне з рішень про надання дозволу на пропуск товарів через митний кордон України або припинення попереднього документального контролю.

- 2) внести до єдиної автоматизованої інформаційної системи митних органів України інформацію про прийняте рішення.

Після завершення заходів офіційного контролю товарів у пункті їх призначення на території України посадова особа відповідного уповноваженого органу, яка їх здійснювала, зобов'язана невідкладно внести інформацію про прийняте рішення до єдиного державного інформаційного веб-порталу "Єдине вікно для міжнародної торгівлі".

Перелік документів і відомостей, що підлягають перевірці під час попереднього документального контролю, що здійснюється у пунктах пропуску розглянуто в табл. 3.19

Таблиця 3.19 - Перелік документів і відомостей, що підлягають перевірці під час попереднього документального контролю, що здійснюється у пунктах пропуску

Вид контролю	Документи і відомості, що підлягають перевірці під час попереднього документального контролю
1.Ветеринарно-санітарний контроль	Оригінал міжнародного ветеринарного сертифікату, що видається країною-експортером. Наприклад, «ВС сертифікат для експорту термічно обробленого молока та молочних продуктів з держав-членів ЄС (виключно для Іспанії) в Україну (2017)».
	Наявність товарів у переліку кормових добавок, преміксів, готових кормів і ветеринарних препаратів. Наприклад, «Ветеринарний сертифікат для кормів, що містять продукти тваринного походження, для експорту в Україну (2017)».
2.Фітосанітарний контроль	Оригінал фітосанітарного сертифікату, який видається країною-експортером, що засвідчує фітосанітарний стан товару або фітосертифікат, що засвідчує якість насіння та садивного матеріалу. Наприклад, «Міжнародний сертифікат для експорту з Європейського Союзу в Україну желатину та/або колагену (2019)».
3.Контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин	Оригінал міжнародного сертифікату. Наприклад, «Міжнародний сертифікат для ввезення на митну територію України подрібненого (січеного) м'яса та/або м'яса механічного обвалювання (ММО) свійської птиці з Литовської Республіки (2020)».

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України №960 від 24 жовтня 2018р. «Деякі питання проведення заходів офіційного контролю товарів, що ввозяться на митну територію України (у тому числі з метою транзиту)» [26], здійснюється державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин [29]:

- у формі попереднього документального контролю пунктах пропуску через державний кордон України;

- територіальними органами Держпродспоживслужби під час оформлення товарів у відповідний митний режим.

При переміщенні гранатового вина ТМ «Az-Granata» «Mugam» буде застосовано контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, інші продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин при імпорті до України.

Оскільки в кваліфікованій роботі під об'єктом переміщення через митний кордон України обрано гранатове вино ТМ «Az-Granata» «Mugam», яке є харчовим продуктом, відповідно до [26] при імпорті до митної території України підлягає застосуванню державному контролю за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин у якості офіційного контролю, що здійснюється Держпродспоживслужбою. Попередній документальний контроль застосовується, шляхом перевірки наявності Міжнародного санітарного сертифікату, який видано країною-експортером.

### **3.7 Визначення країни походження фруктового вина та застосування преференційних заходів**

Визначення країни походження товарів здійснюється на рівні міжнародних вимог. Країною походження товару вважається країна, в якій товар був повністю вироблений або підданий достатній переробці [25, ст. 36].

Товарами, повністю виробленими у даній країні, вважаються [25, ст. 38]:

- корисні копалини;
- рослини, що вирощені та зібрані в цій країні;

- живі тварини та продукція одержана від них;
- продукція, одержана в результаті мисливського або рибальського промислу в цій країні;
- брухт та відходи, одержані в результаті операцій в цій країні;
- електроенергія.

Метою визначення країни походження товару є:

- оподаткування товарів, що переміщуються через митний кордон України;
- застосування до них заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- заборон та/або обмежень щодо переміщення через митний кордон України;
- забезпечення обліку товарів у статистиці зовнішньої торгівлі.

У разі якщо у виробництві товару беруть участь дві або більше країн, країною походження товару вважається країна, в якій були здійснені останні операції з переробки, достатні для того, щоб товар отримав основні характерні риси повністю виготовленого товару, що відповідають критеріям достатньої переробки.

Критеріями достатньої переробки є:

1) виконання виробничих або технологічних операцій, за результатами яких змінюється класифікаційний код товару згідно з УКТ ЗЕД на рівні будь-якого з перших чотирьох знаків;

2) зміна вартості товару в результаті його переробки, коли відсоткова частка вартості використаних матеріалів або доданої вартості досягає фіксованої частки у вартості кінцевого товару (правило адвалорної частки);

3) виконання виробничих та/або технологічних операцій, які в результаті переробки товару не ведуть до зміни його класифікаційного коду згідно з УКТ ЗЕД або вартості згідно з правилом адвалорної частки, але з дотриманням певних умов вважаються достатніми для визнання товару походженням із тієї країни, де такі операції мали місце [25, ст. 36].




Документами, що підтверджують країну походження товару, є:


- сертифікат про походження товару;

- засвідчена декларація про походження товару;
- декларація про походження товару;
- сертифікат про регіональне найменування товару.

Документами, що підтверджують країну походження товару, які видає Торгово-промислова палата, наведені у табл. 3.20.

Таблиця 3.20 - Документами, що підтверджують країну походження товарів

Документи	Опис документів	Вигляд
Сертифікат про походження товару загальної форми (російською та англійською мовами)	Видається при торгівлі з країнами, що відсутня двохстороння домовленість з Україною або дія таких домовленостей тимчасово призупинена.	
Сертифікат про походження товару форми СТ-1 (російською мовою)	Видається при здійсненні експортних та імпорتنих операцій України з країнами СНД.	
Сертифікат про походження товару форми А (англійською мовою)	Видається при експорті товарів з країн, що розвиваються до країн GSP, а також до Швейцарії, Туреччини, США і Японію.	

Сертифікат про походження товару форми EUR-1	Видається в межах Угоди про асоціацію членство України з ЄС та країнами ЄАВТ.	
Засвідчена декларація про походження товару	Декларація про походження товару, засвідчена державною організацією або компетентним органом, наділеним відповідними повноваженнями.	
Декларація про походження товару (Декларація-інвойс)	Письмова заява про країну походження товару, зроблена виробником, продавцем чи особою, що переміщує товари. Експортер має право скласти «декларації-інвойс» на товари, загальна вартість яких не перевищує 6000 євро.	
Сертифікат про регіональне найменування товару	Документ, який підтверджує, що товари відповідають визначенню, характерному для відповідного регіону країни, та виданий компетентним органом відповідно до законодавства країни вивезення товару.	

В Україні ввізне мито є диференційоване, оскільки за наявності міжнародних угод можливо застосування зменшеного оподаткування. Застосування преференційного режиму передбачає зменшення візного розміра мита, яке в Україні може бути застосовано до країн: Європейського союзу, Європейської асоціації вільної торгівлі, Канади, Ізраїля, Британії. Наявність Міжнародних Угод з участю України наведено в таблиці 3.21.

Таблиця 3.21 - Угоди про вільну торгівлю між Україною та іншими країнами.

Країни	Назви Угод
ЄАВТ	Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ
Ісландія	Угода про сільське господарство між Україною та Ісландією
Королівство Норвегія	Угода про сільське господарство між Україною та Королівством Норвегія
Швейцарська Конфедерація	Угода про сільське господарство між Україною та Швейцарською Конфедерацією

ЄС	Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони
Канада	Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою
Ізраїль	Угода про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль
Британія	Угода про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство між Україною та Сполученим Королівством Великої Британії і Північної Ірландії

Відповідно до [25, ст. 40] (виконання виробничих або технологічних операцій, за результатами яких змінюється класифікаційний код товару згідно з УКТ ЗЕД на рівні будь-якого з перших чотирьох знаків) - країною походження гранатового вина є Азербайджан. Для підтвердження країни походження гранатового вина ТМ «Az-Granata» «Mugam» обов'язковим є наявність сертифікату походження форми СТ-1 «Certificate of origin». У випадку відсутності сертифікату походження гранатового вина, буде застосована повна ставка у розмірі 1 EUR за л. Оскільки Україна з Азербайджаном мають Угоду між Урядом України та Урядом Азербайджанської Республіки про вільну - то буде застосована пільгова ставка у розмірі 0%.

### **Висновки до розділу 3:**

Усі 5 зразків вина були ретельно проаналізовані. У Зразку №1 не вказаний пункт 6 «мінімальний термін придатності або дата "вжити до"» - це є порушенням Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів». Також у Зразку №1 відсутні інформаційні знаки які зазначені на інших зразках.

Таким чином, проаналізувавши асортиментні ряди фруктових вин у торгових мережах «WHISKY:TIME», «Rozetka», «WINE TIME» та «Вина світу», можна зробити висновок, що лише один магазин має вино вітчизняного виробника.

Розраховано асортимент фруктових вин у торгових мережах «WHISKY:TIME», «Rozetka», «WINE TIME» та «Вина світу».

Усі 5 зразків мають скляну темну пляшку, герметично закупорену корковою пробкою, пляшки мають циліндричну форму, присутні етикетки - приклеєні клеєм, зразки без дефектів та подряпин.

Було проведено органолептичне оцінювання усіх 5 зразків гранатового вина. Органолептична оцінка показала, що тільки Зразки №1 4 і 5 мають яскраво виражений аромат та смак гранату. Інші зразки – Зразок №2 та Зразок №3 не мають ні аромату, ні смаку гранату. Зразк №1 має вищу оцінку з прозорості в інтенсивності показників зовнішнього вигляду. Зразок №2 має значний осад на дні пляшки, що є великим недоліком.

Було проаналізовано методики фізико-хімічних показників дослідження, та визначено, що найголовнішими показниками у вині є об'ємна часта етилового спирту, визначення масової концентрації цукрів, визначення масової концентрації титрованих кислот в перерахунку на винну та визначення концентрації сірчаної кислоти. Масова концентрація цукрів повинна бути від 30,0 до 80,0. Масова концентрація кислот в перерахунку на винну повинна бути від 5 до 7. Масова концентрація сірчаної кислоти повинна становити 250/30. Показники не змінюються від відсотка міцності у вині.

Через негативні наслідки повномасштабного вторгнення РФ в Україну великі компанії – імпортери, дистриб'ютори, підприємства роздрібною торгівлі, бізнес яких пов'язаний з вином та міцним алкоголем, мали значні складнощі із логістикою, що спонукало негайно трансформувати та оптимізувати бізнес-процеси. Один із ключових викликів, з якими змушені були зіткнутися українські компанії, – переформатування логістики вина, як на зовнішніх так і на внутрішньому ринках.

Також у данній роботі було проаналізовані заходи нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності відносно об'єктів дослідження при імпорті/експорті. Визначено головні країни-експортери та країни-імпортери продукції. Зазначені методи нетарифного регулювання, в Україні – офіційний контроль та попередній документальний контроль.

Установлено країну походження товару та ставку мита, при якій буде ввезений товар в Україну.

## РОЗДІЛ 4 ОХОРОНА ПРАЦІ

### 4.1 Аналіз потенційно небезпечних та шкідливих факторів на підприємстві

Безпечні умови праці – це стан умов праці, за якого вплив на працівника небезпечних і шкідливих виробничих чинників усунено, або їх значення не перевищує гранично допустимих рівнів або гранично допустимих концентрацій ДСТУ 2293:2014 «Охорона праці. Терміни та визначення основних понять» [32].

Небезпеки визначаються за принципом «все впливає на все». Це означає, що «все» може бути або причиною небезпеки, або самою небезпекою.

Небезпеки не діють вибірково; як тільки вони виникають, вони впливають на все матеріальне середовище. Наявність небезпеки не обов'язково означає, що людині або групі людей буде завдано шкоди або збитків.

Наявність джерела небезпеки насамперед вказує на існування або ймовірність виникнення конкретної небезпечної ситуації, в якій буде завдано шкоди.

Матеріальні збитки, травми, захворювання, смерть або інша шкода можуть бути наслідком певних факторів впливу.

Небезпека - це фактор навколишнього середовища, який за певних умов може завдати шкоди або матеріальних збитків людям або їхнім системам життєзабезпечення.

За результатами впливу на організм людини вражаючі фактори поділяються, на: шкідливі та небезпечні. Згідно ДСТУ 2293:2014 «Охорона праці. Терміни та визначення основних понять» [32]:

- Небезпечні фактори - це виробничі фактори, які за певних умов можуть призвести до захворювання або погіршення працездатності внаслідок їхнього впливу на працівників.

Залежно від кількісних характеристик (наприклад, рівня, концентрації) та тривалості впливу, шкідливі виробничі фактори можуть бути небезпечними.

- Небезпечні фактори (агенти) - це виробничі фактори, вплив яких на працівників за певних умов призводить до швидкого погіршення стану здоров'я або смерті, наприклад, травми чи гострого отруєння.

Тому в більшості випадків визначити, чи є вплив небезпечним або шкідливим, можна лише за кінцевим результатом, залежно від тяжкості наслідків.

Залежно від конкретної мети і потреб, існують різні системи класифікації небезпек, в тому числі за походженням, локалізацією, наслідками, шкодою, обсягом, характером і характером впливу на людей.

Небезпечні і шкідливі виробничі фактори, за природою впливу на людину, підрозділяються на чотири групи:

- фізичні;
- хімічні;
- біологічні;
- психофізіологічні.

Небезпеки часто бувають прихованими, тобто їх важко виявити або розпізнати. Це однаковою мірою стосується всіх небезпечних і шкідливих факторів та джерел небезпеки, що їх спричиняють.

Небезпечні та шкідливі виробничі фактори самі по собі не є загрозою для життя і здоров'я людини. Виникнення небезпеки, як правило, можливе лише з певних причин, пов'язаних з порушенням правил охорони праці та наявністю відповідних шкідливих факторів [33].

#### **4.2 Розміщення виробничого устаткування при організації робочого місця товарознавця на підприємстві роздрібної торгівлі**

Засоби малої механізації та організаційного оснащення мають велике значення в організації робочих місць. Робочі місця оснащуються засобами захисту

(екранами, щитами, засобами зв'язку) та необхідною технічною документацією (кресленнями, схемами, інструкціями з експлуатації та обслуговування обладнання тощо). З метою економії праці працівників все обладнання на робочому місці повинно бути розміщене в певному порядку. Це забезпечується раціональним плануванням робочого місця. Це означає правильне просторове розташування в горизонтальній і вертикальній площинах всіх елементів обладнання, необхідних для трудового процесу.

Планування має забезпечувати найкоротший шлях проходження виробів по горизонталі та вертикалі під час виробництва; на робочому місці завжди має бути все необхідне і нічого зайвого; кожен предмет на робочому місці повинен мати фіксоване положення, з якого працівник може дістати його в будь-який момент, не витрачаючи часу і зусиль (і не втрачаючи жодної секунди); найчастіше пропонуються такі вимоги до планування робочого місця: використовувані предмети повинні знаходитися поруч з працівником, бажано під правою рукою, а все, що береться правою рукою, повинно бути розташоване з правого боку.

Особливу увагу слід приділити використанню робочих зон у межах досяжності витягнутої руки працівника. Саме тут розташоване основне технологічне обладнання та інструменти. Існує два типи зони доступу: оптимальна (нормальна) зона і максимальна зона. Оптимальна зона визначається досяжністю зігнутих у ліктях рук і вільно опущених плечей. Робота в цій зоні менш напружена. Максимальна зона досяжності обмежується відстанню, що досягається при витягнутих руках. Органи управління обладнанням, інструменти, матеріали та пристрої повинні знаходитися в межах досяжності працівника в межах прямої видимості.

Устаткування повинно бути розташоване відповідно до правил безпеки життєдіяльності [34].

### **4.3 Забезпечення нормативних показників мікроклімату, чистоти повітря**

Мікроклімат промислового підприємства - це стан внутрішнього середовища промислового підприємства, який впливає на теплообмін між працівниками і навколишнім середовищем за допомогою конвекції, теплопровідності, теплового випромінювання і випаровування вологи.

Це умови внутрішнього середовища промислового підприємства, які впливають на теплообмін між навколишнім середовищем і працівниками шляхом конвекції, теплопровідності, теплового випромінювання і випаровування вологи. Ці умови визначаються поєднанням температури, відносної вологості, швидкості вітру, температури поверхонь, що оточують людину, та інтенсивності теплового (інфрачервоного) випромінювання.

Оптимальні мікрокліматичні умови - це поєднання мікрокліматичних параметрів, яке при систематичному впливі на людину протягом тривалого часу дозволяє організму підтримувати нормальний тепловий стан без запуску механізмів терморегуляції організму. Результатом є відчуття теплового комфорту, що є передумовою високої працездатності.

Параметри мікроклімату можуть викликати зміни теплового стану організму при тривалому і систематичному впливі на людину, але ці зміни швидко проходять і нормалізуються при напруженні механізмів терморегуляції організму в рамках фізіологічної адаптації. Це не спричиняє шкоди або проблем зі здоров'ям, але може спостерігатися дискомфортне відчуття спеки, погіршення самопочуття і зниження працездатності.

Мікрокліматичні умови на промислових підприємствах характеризуються наступними показниками:

- Температура повітря

- Відносна вологість повітря
- Швидкість руху повітря
- Інтенсивність теплового (інфрачервоного) випромінювання,
- Температура поверхні.

Залежно від ступеня впливу на тепловий стан людини мікроклімат можна розділити на оптимальний і допустимий.

Для робочих зон на промислових підприємствах визначені оптимальні та допустимі мікрокліматичні умови з урахуванням характеру роботи і пори року.

Визначають рівень показника мікроклімату з урахуванням найбільшої групи працівників, якщо в робочій зоні виконуються роботи різних категорій важкості.

Оптимальні умови мікроклімату встановлюються для постійних робочих місць [35] наведено в таблиці 4.1

Таблиця 4.1 - Оптимальні величини температури, відносної вологості та швидкості руху повітря в робочій зоні виробничих приміщень

Період року	Категорія робіт	Температура повітря	Відносна вологість	Швидкість руху, м/сек.
Холодний період року	Легка Іа	22-24	60-40	0,1
	Легка Іб	21-23	60-40	0,1
	Середньої важкості Іа	19-21	60-40	0,2
	Середньої важкості Іб	17-19	60-40	0,2
	Важка ІІ	16-18	60-40	0,3
Теплий період року	Легка Іа	23-25	60-40	0,1
	Легка Іб	22-24	60-40	0,2
	Середньої важкості Іа	21-23	60-40	0,3
	Середньої важкості Іб	20-22	60-40	0,3

	Важка III	18-20	60-40	0,4
--	-----------	-------	-------	-----

У теплу пору року для забезпечення оптимальних параметрів мікроклімату можна використовувати побутові кондиціонери. При виборі системи кондиціонування необхідно враховувати площу приміщення.

При виборі системи вентиляції слід враховувати, що приміщення з комп'ютерною технікою потребує втричі більшого повітрообміну на годину [33].

#### 4.4 Забезпечення нормативних значень шуму і вібрації

Вібрація - це механічні коливання пружного тіла або коливальний рух механічної системи.

Для людини вібрація є різновидом механічного удару, який негативно впливає на організм. Вібрація викликає порушення фізіологічного та функціонального стану людини. Стійкі шкідливі фізіологічні зміни відомі як вібраційна хвороба.

Особливо шкідливими є вібрації з частотами, близькими до власної частоти людського тіла, переважно в діапазоні 6-30 Гц. Резонансні частоти окремих частин тіла такі:

- очі - 22...27 Гц;
- грудна клітка - 2...12 Гц;
- ноги, руки - 2...8 Гц;
- голова - 8...27 Гц;
- поперекова частина хребта - 4...14 Гц;
- живіт - 4...12 Гц.

Заходи захисту від вібрації можна розділити на технічні, організаційні та лікувально-профілактичні. Їх також можна розділити на колективні та індивідуальні.

Загальнотехнічні методи боротьби з вібрацією засновані на аналізі рівнянь, що описують вібрацію машини в умовах виробництва, і можуть бути класифіковані наступним чином:

- Зменшення вібрації в джерелі шляхом зменшення або усунення сили збудження;

- Виведення з резонансних режимів шляхом раціонального підбору маси і жорсткості коливальної системи;

- Віброгасіння - зменшення вібрації за рахунок сили тертя демпферної системи, тобто перетворення енергії вібрації в тепло;

- Динамічне гасіння - введення додаткової маси у вібраційну систему або збільшення жорсткості системи;

- Віброізоляція - введення додаткових пружних зв'язків у вібраційну систему для зменшення передачі вібрацій на сусідні елементи конструкції або робочі місця.

До організаційних заходів відносяться:

- Організаційно-технічні заходи (своєчасний ремонт і технічне обслуговування обладнання відповідно до технічних регламентів, віброконтроль, дистанційне керування вібронезбезпечним обладнанням);

- Організаційні заходи (наприклад, робочий час, періоди відпочинку, заборона залучення до вібраційних робіт осіб молодше 18 років).

Лікувально-профілактичні заходи включають

- медичні огляди

- медичне лікування (фізіологічне лікування, вітаміни та рослинні препарати).

Також використовуються засоби індивідуального захисту, такі як черевики, рукавички з антивібраційним матеріалом на всій поверхні або вміцях, що контактують з вібруючою поверхнею, вібропояси та спеціальний одяг.

Шум – це небажаний звук, який шкодить здоров'ю людини, знижує продуктивність і спричиняє травми через зниження сприйняття попереджувальних сигналів. У фізиці - це хвильові коливання пружного середовища, що поширюються з постійною швидкістю в газовій, рідкій і твердій фазах.

Виробничий шум –це шум, який виникає під час виробничого процесу на робочому місці, в приміщеннях або на території підприємства.

Захист від шуму повинен забезпечуватися розробкою шумо захисного обладнання, методами і засобами колективного захисту та використанням засобів індивідуального захисту. Методи та засоби колективного захисту зменшують рівень шуму в процесі розповсюдження, що представлені в табл. 4.2.

Таблиця 4.2 - Засоби та заходи колективного захисту від шуму

Архітектурно-планувальні	Акустичні
1.Раціональне розміщення будівель і споруд на території підприємства.	1.Засоби звукоізоляції (здатність огорожуючих конструкцій послабляти звук, який проходить через них шляхом відбиття потоку звукової енергії: кожухи, екрани, перетинки, вікна, стіни).
2.Раціональне розміщення технологічного устаткування.	2.Засоби звукопоглинання (здатність пористих матеріалів поглинати енергію звукових коливань шляхом переходу її в тепло).
3.Раціональне розміщення робочих місць.	3.Засоби віброізоляції.
4.Раціональне акустичне розміщення зон і режимів руху транспортних засобів та потоків.	4.Засоби демпфування (гасіння коливань у динамічній системі внаслідок розсіювання енергії).
5.Створення шумозахисних зон.	5.Глушники шуму (встановлюють у вентиляційних каналах).

Використання засобів індивідуального захисту від шуму здійснюють у випадках, якщо інші методи не забезпечують допустимих рівнів звуку. Засоби індивідуального захисту можуть знизити рівень звукового тиску на 7-45 дБ. Їх можна розділити на тампони (беруші), що вставляються у вушний канал, шумопоглинаючі навушники, які закривають вушний канал зовні, шоломи і каски [36].

#### 4.5 Забезпечення нормативних показників освітлення

Виробниче освітлення організується і нормується згідно вимог ДБН В.2.5-28-2018 «Природне і штучне освітлення» [37], залежно від:

- категорії зорових робіт, тобто їх характеристики (мінімальний розмір різних об'єктів, яскравість фону, контраст між об'єктами і фоном);

- види та системи освітлення. Слід також враховувати, що оптимальне (необхідне) освітлення виробничого приміщення або робочого місця виглядає наступним чином:

- природне світло (з боку або зверху);

- штучне освітлення:

- робоче;
- аварійне;
- евакуаційне;
- охоронне;
- чергове [33].

#### 4.6 Заходи і засоби захисту працюючих від ураження електричним струмом

Електробезпека – це система організаційних і технічних заходів та засобів, спрямованих на захист людей від шкідливого та небезпечного впливу електричного струму, електричної дуги, електричного поля та статичної електрики.

Механізм ураження людини електричним струмом надзвичайно складний і включає термічну, електролітичну та біологічну дію. Це може призвести до незворотніх порушень функціональної діяльності життєво важливих органів людини.

Механізм ураження людини електричним струмом наведено у таблиці 4.3

Таблиця 4.3 - Характер впливу електричного струму на людину

Вид впливу	Характер впливу
Термічний вплив	Характеризується нагріванням тканин тіла, кров'яних судин, нервів, серця та інших органів, які знаходяться на шляху струму

Електролітичний вплив	Розкладає кров, лімфу та плазму, порушує їхній фізико-хімічний склад.
Біологічний	Виявляється у порушенні біологічних процесів, які відбуваються в організмі, що супроводжуються подразненням або руйнуванням нервових та інших тканин та опіками, аж до повного припинення діяльності органів дихання та кровообігу.

Електрозахисні засоби – це переносні та мобільні вироби, що використовуються для захисту людей, які працюють в електроустановках, від ураження електричним струмом, електромагнітної дуги та електромагнітних полів. Вони систематизовані та поділяються на технічні, електричні та організаційно-технічні.

Відповідно до цієї систематизації, технічні заходи можна розділити в наступному порядку:

- технічні заходи та запобіжні заходи для забезпечення електробезпеки під час нормальної експлуатації електроустановок (наприклад, ізоляція струмоведучих частин, забезпечення недоступності неізольованих струмоведучих частин, попереджувальні знаки, використання захисних блокувань, вирівнювання потенціалів тощо);

- технічні засоби та заходи забезпечення електробезпеки в аварійних режимах роботи електроустановок (захисне заземлення, захисне занулення, захисне відключення).

Захисне заземлення - це навмисне електричне з'єднання із землею або її еквівалентом неструмоведучих металевих частин електроустановок, які можуть опинитися під напругою в аварійному режимі.

Метою захисного заземлення є усунення ризику ураження людей електричним струмом, якщо напруга потрапляє на корпус або інші металеві частини електроустановки, що не перебувають під напругою, тобто якщо корпус замикається (наприклад, при пробі ізоляції). Ефект захисного заземлення полягає у зменшенні струму, що проходить через тіло людини, до безпечного значення при дотику до корпусу електрообладнання, що знаходиться під напругою. Це досягається за рахунок зменшення потенціалу

заземленого корпусу обладнання. Безпека забезпечується за рахунок заземлення корпусу заземлювального провідника з низьким опоромінизьким коефіцієнтом контактної напруги [36].

#### **4.7 Вимоги під час експлуатації персонального комп'ютера**

Інтенсивна робота з персональними комп'ютерами, обладнаними візуальними дисплейними терміналами є причиною виникнення багатьох захворювань.

Стан здоров'я користувачів комп'ютерів за суб'єктивними (скарги) та об'єктивними показниками (функціональний стан організму) залежить від виду роботи та умов, в яких вона виконується.

Всіх користувачів комп'ютерів можна розділити на наступні категорії:

- користувачі, які постійно використовують комп'ютери у своїй професійній діяльності;
- користувачі, які виконують роботу на регулярній основі (наприклад, учні та студенти).

Користувачі ПК працюють в одноманітній позі в умовах обмеженої загальної м'язової активності з рухливістю кистей рук, високим напруженням зорових функцій іннерво – психічним навантаженням через вплив наступних фізичних факторів:

- електростатичне поле;
- електростатичні поля – електромагнітне випромінювання дуже низької та середньої частоти (від 5 Гц до 400 кГц);
- рентгенівське, ультрафіолетове та інфрачервоне випромінювання;
- видимі світлові промені;
- акустичний шум;
- недостатній рівень освітлення;
- невідповідні погодні умови [33].

#### **4.8 Пожежовибухобезпека, заходи і засоби**

Забезпечення пожежної безпеки на об'єктах є досить складним і багатогранним завданням, яке потребує комплексного підходу. Комплекс заходів і засобів забезпечення пожежної безпеки на об'єктах складається з взаємопов'язаних систем, (рис. 4.1), кожна з яких поділяється на підсистеми, а ті, в свою чергу, на підсистеми нижчого рівня, які на рисунку не показані.

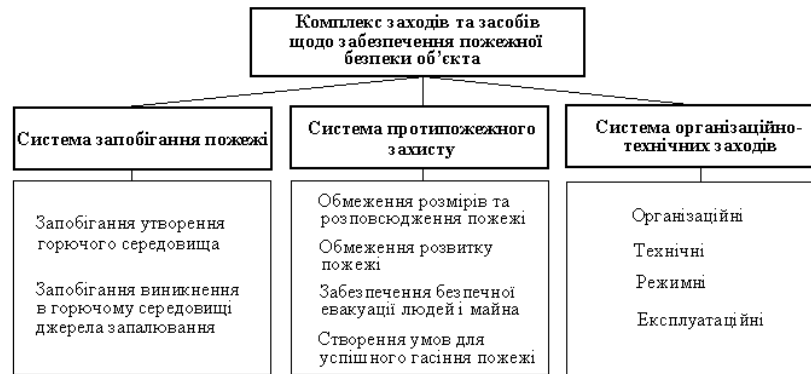


Рис. 4.1 - Комплекс заходів та засобів щодо забезпечення пожежної безпеки об'єкта

Успішна ліквідація пожежі залежить від рівня готовності об'єкта та підготовки працівників до дій в таких екстремальних умовах.

При виявленні ознак пожежі (дим, запах, полум'я) кожен працівник повинен негайно зв'язатися з пожежною охороною (101), керівником або персоналом компанії, активувати систему оповіщення, вжити відповідних заходів для евакуації людей і вжити заходи для гасіння пожежі та порятунку активів.

Персонал об'єкта повинен бути ознайомлений з ознаками пожежі та знати дії, передбачені посадовою інструкцією з пожежної безпеки у разі виникнення пожежі [38].

#### 4.9 Шляхи евакуації

У разі пожежі на робочому місці люди евакуюються, використовуючи шляхи евакуації, такі як пожежні виходи, евакуаційні сходи та сходові клітки.

Шлях евакуації – це шлях до виходу за межі організації. У багатьох установах коридори та сходові клітки є основними шляхами евакуації.

Якщо вихід веде за межі будівлі, він вважається аварійним:

- перші поверхи, безпосередньо, через коридори, вестибюлі, фойє, холи, сходові клітки та сходові майданчики, що ведуть назовні;
- крім перших поверхів: коридори, холи, вестибюлі, фойє, дахи або їх частини, що відповідають протипожежним нормам, які ведуть до сходових кліток або сходових майданчиків;
- безпосередньо до сходової клітини або сходів;
- підвали, льохи та підземні поверхи – прямий вихід назовні, через сходи, сходові клітки або коридори, що ведуть безпосередньо до таких сходів або сходових кліток;
- до суміжного приміщення з виходом на тому ж поверсі.

Шляхи евакуацій людей наведені на рисунку 4.2 [39].

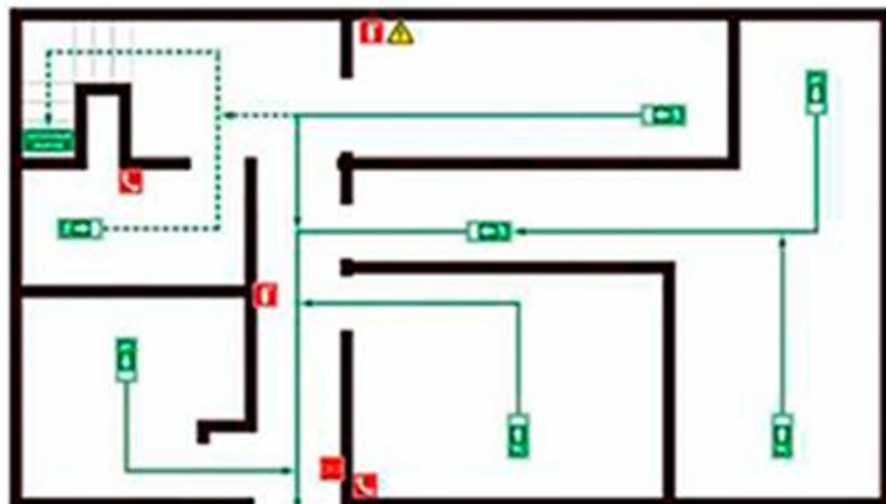


Рис. 4.2 – Шляхи евакуацій людей

**Висновки до розділу 4:** у цьому розділі було розглянуто потенційно небезпечні фактори на підприємстві, розміщення виробничого устаткування

при організації робочого місця товарознавця на підприємстві роздрібно-торгівлі, забезпечення нормативних показників мікроклімату, чистоти повітря, нормативних значень шуму і вібрації, нормативних показників освітлення, заходи і засоби захисту працюючих від ураження електричним струмом, вимоги під час експлуатації персонального комп'ютера, пожежовибухобезпека, заходи і засоби та шляхи евакуації з приміщення.

Визначено, що небезпечний або шкідливий фактор, сам по собі, не є загрозою для життя і здоров'я людини. Небезпечність проявляється з порушенням правил охорони праці.

На робочій зоні повинно бути розміщене основне технологічне обладнання та засоби очищення. Обладнання, інструменти та матеріали повинні знаходитися в межах зон досяжності перед робочим місцем.

Встановлені норми мікрокліматичних умов, які повинні бути оптимальні або допустимі.

Наведені засоби та заходи колективного захисту від шуму – архітектурно-планувальні та акустичні.

## **ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ**

У данній роботі було проаналізовано сучасний стан імпортно-експортних операцій відносно об'єктів дослідження. Можна дійти до висновків, що Україна імпортує товар набагато більше, ніж експортує. За останні 2 роки виробництво вина значно погіршилось, через воєнну агресію РФ проти України.

Головними країнами-експортерами є Італія, Німеччина та Іспанія, а імпортерами – Казахстан, США та Білорусь (до 2022 року).

Було розраховано сучасний асортимент фруктового вина та визначені шляхи його розвитку. Визначено, що в Україні є лише один виробник фруктового вина – ТМ «Веселий дідусь Петіо».

Встановлені споживні властивості вина – глюкоз, фруктоза, органічні кислоти, мінеральні, дубильні, пектинові та барвні речовини. Вино – найцінніший гігієнічний напій з бактерицидними властивостями.

Визначені фактори, які впливають на якість вина, наприклад, кислотність, фруктова стиглість, алкоголь, терпкість, дубова бочка та витримка у пляшці.

Було проаналізовано методики фізико-хімічних показників дослідження, та визначено, що найголовнішими показниками у вині є об'ємна часта етилового спирту, визначення масової концентрації цукрів, визначення масової концентрації титрованих кислот в перерахунку на винну та визначення концентрації сірчаної кислоти.

Зафіксовано код гранатового вина ТМ «Az-Granata» «Mugam», згідно УКТЗЕД - 2205101000.

Дослідивши асортимент фруктових вин в торгівельних мережах в місті Одеса «WHISKY:TIME», «Rozetka», «WINE TIME» та «Вина світу» можна зробити висновок, що асортимент вітчизняних виробників значно поступає асортименту іноземних виробників. Хоча і асортимент іноземних виробників не великий. Серед торгівельних марок двічі зустрічається ТМ «Az-Granata». За міцністю переважають вина від 10% об. до 14% об. вмісту етилового спирту. Більш широкий асортимент плодово-ягідних вин представлений у торгівельній мережі «Rozetka», в якому налічується 9 найменувань. В торгівельній мережі «WINE TIME» трохи менше - 6 найменувань, 3 з яких вітчизняних виробників. В супермаркеті «WHISKY:TIME» представлено 3 найменування. А в торгівельній мережі «Вина світу» представлено найменше найменувань – лише 2. На ринку даного продукту значно переважають іноземні виробники.

Після дослідження пакування зразків вина встановлено, що всі зразки фасовано в скляні напівпрозорі пляшки об'ємом 0,7л, пляшка передбачає повторне закриття корковою пробкою. Пляшки є цілими без пошкоджень та відповідають вимогам нормативної документації, є зручними у використанні. Всі зразки пляшок були герметичними та цілими без механічних пошкоджень.

Лише Зразок №2 «Nar Bagı», 13,2% об. відповідає вимогам щодо Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів». У Зразках №1 «Mugan», 11-12% об. та №3 «ZOLOTOY BAKU», 10-13% об. відсутні пункт 9 – Країна походження або місце походження та пункт 12 – Інформація про поживну цінність харчового продукту. Також у Зразку №3 «ZOLOTOY BAKU», 10-13% відсутній пункт 10 – Інструкція з використання. Але ці пункти не є обов'язковими. У Зразку №1 «Mugan», 11-12% об. не вказаний пункт 6 «мінімальний термін придатності або дата "вжити до"» та відсутні інформаційні знаки. В усіх зразках відсутні позначки нормативного документу, так як усі зразки були виготовлені в Азейбарджані. Зразок №2 «Nar Bagı», 13,2% об. та №3 «ZOLOTOY BAKU», 10-13% об. мають додаткові інформацію щодо маркування та інформаційні знаки. Інформація на всіх зразках написана чітко, шрифр легко зчитується, дата виготовлення та кінцева дата придатності у зразках №2 «Nar Bagı», 13,2% об. та №3 «ZOLOTOY BAKU», 10-13% об. нанесені в доступних місцях.

Усі 5 зразків вина були ретельно проаналізовані. У Зразків №1 №4 та №5 не вказаний пункт 6 «мінімальний термін придатності або дата "вжити до"» - це є порушенням Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів». Також у Зразку №1 відсутні інформаційні знаки які зазначені на інших зразках.

Таким чином, проаналізувавши асортиментні ряди фруктових вин у торгових мережах «WHISKY:TIME», «Rozetka», «WINE TIME» та «Вина

світу», можна зробити висновок, що лише один магазин має вино вітчизняного виробника.

Розраховано асортимент фруктових вин у торгових мережах «WHISKY:TIME», «Rozetka», «WINE TIME» та «Вина світу».

Усі 5 зразків мають скляну темну пляшку, герметично закупорену корковою пробкою, пляшки мають циліндричну форму, присутні етикетки - приклеєні клеєм, зразки без дефектів та подряпин.

Було проведено органолептичне оцінювання усіх 5 зразків гранатового вина. Органолептична оцінка показала, що тільки Зразки №1 4 і 5 мають яскраво виражений аромат та смак гранату. Інші зразки – Зразок №2 та Зразок №3 не мають ні аромату, ні смаку гранату. Зразк №1 має вищу оцінку з прозорості в інтенсивності показників зовнішнього вигляду. Зразок №2 має значний осад на дні пляшки, що є великим недоліком.

Було проаналізовано методики фізико-хімічних показників дослідження, та визначено, що найголовнішими показниками у вині є об'ємна часта етилового спирту, визначення масової концентрації цукрів, визначення масової концентрації титрованих кислот в перерахунку на винну та визначення концентрації сірчаної кислоти. Масова концентрація цукрів повинна бути від 30,0 до 80,0. Масова концентрація кислот в перерахунку на винну повинна бути від 5 до 7. Масова концентрація сірчаної кислоти повинна становити 250/30. Показники не змінюються від відсотка міцності у вині.

Через негативні наслідки повномасштабного вторгнення рф в Україну великі компанії – імпортери, дистриб'ютори, підприємства роздрібною торгівлі, бізнес яких пов'язаний з вином та міцним алкоголем, мали значні складнощі із логістикою, що спонукало негайно трансформувати та оптимізувати бізнес-процеси. Один із ключових викликів, з якими змушені були зіткнутися українські компанії, – переформатування логістики вина, як на зовнішніх так і на внутрішньому ринках.

Також у данній роботі було проаналізовані заходи нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності відносно об'єктів дослідження при імпорті/експорті. Визначено головні країни-експортери та країни-імпортери продукції. Зазначені методи нетарифного регулювання, в Україні – офіційний контроль та попередній документальний контроль.

Установлено країну походження товару та ставку мита, при якій буде ввезений товар в Україну.

Було визначено, що у міжнародній практиці застосовується більше 50 методів нетарифного регулювання. До нетарифних заходів регулювання відносять: заборони експорту та імпорту, «добровільні» обмеження, антидемпінгові заходи, імпортерський депозит, технічні бар'єри, кількісні обмеження експорту та імпорту та заходи пов'язані з використанням митних формальностей.

В Україні до методів нетарифного регулювання відносять заходи офіційного контролю, що стосується фруктових вин. При імпорті в Україну застосовуються у вигляді фітосанітарного контролю та державного контролю з дотриманням законодавства про заходи офіційного контролю.

Також до данного товару при ввезенні в Україну буде застосовані заходи офіційного контролю. Шляхом перевірки міжнародного фітосанітарного сертифікату, що видається країною походження.

Було визначено країну походження гранатового вина ТМ «Az-Granata» «Mugam» - Азербайджан.

Ознайомлено із Угодами про вільну торгівлю з країнами ЄАВТ, Ісландією, Королівством Норвегія, Швейцарська Конфедерація, ЄС, Канадою, Ізраїлем та Британією.

Розглянуто сертифікати походження різних форм, що видаються країною походження товару. Данний товар буде мати сертифікат походження форми СТ-1 «Certificate of origin». Оскільки Україна із Азербайджаном мають Угоди про вільну торгівлю – то буде застосована пільгова ставка у розмірі 0%.

## ПРОПОЗИЦІЇ

Виробнику вина ТМ «Az-Granata» «Mugan», 11-12% об. рекомендовано вказати на етикетці країну походження товару, поживну цінність харчового продукту та саме головне – дату розливу, строк придатності товару та інформаційні знаки.

Виробнику ТМ «ZOLOTOY BAKU», 10-13% об. рекомендовано додати на етикетку поживну цінність харчового продукту, вказати країну походження товару та інструкцію з використання.

Всім досліджуваним виробникам вина рекомендовано переглянути рецептуру щодо кислотності, оскільки зразки мають надмірний кислий присмак.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз ринку вина в Україні 2024 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-vina-v-ukraine-2024-god> (дата звернення: 10.05.2023)
2. ДСТУ 6036:2008 2007 Вина плодови. Загальні технічні вимоги [Чинний від 01.01.2010 р]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2008. 16 с.
3. Класифікація і характеристика плодкових вин URL: <https://trade.bobrodobro.ru/64095> (дата звернення: 10.05.2023)
4. Асортимент і характеристика алкогольних і безалкогольних напоїв. URL: <http://nkkep.com/wp-content/uploads/2020/12/GRS-31-Barna-sprava-Slipko-V.O.-11.12.20.pdf> (дата звернення: 10.05.2023)
5. Закон України «Про виноград та виноградне вино» від 16.06.2005 р. № 2662-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2662-15>
6. Л.І. Байдакова, В.А.Жук, М.О. Рябченко, Г.Ф. Коршунова Товарознавство. Продовольчі товари Навчальний посібник. Донецьк: ДНУЕТ ім. Михайла Туган-Барановського, 2008. 585 с.
7. Яневський В.К. Данілова К.О. Вино і спиртове шумування. Алкоголь і тютюн України. 2000. лютий. с.52-53.
8. Характеристика основних принципів формування асортименту. URL: [https://revolution.allbest.ru/marketing/00608043\\_0.html](https://revolution.allbest.ru/marketing/00608043_0.html) (дата звернення: 15.05.2023)
9. Хвороби, дефекти і недоліки вин. URL: [https://vuzlit.com/704319/hvorobi\\_defekti\\_nedoliki](https://vuzlit.com/704319/hvorobi_defekti_nedoliki) (дата звернення: 15.05.2023)
10. ДСТУ 4806:2007 Вина. Загальні технічні умови [Чинний від 31.07.2012 р]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2008.10 с.

11. ДСТУ 4112.3-2002 Вина і виноматеріали. Визначання вмісту спирту. Контрольний метод [Чинний від 07.07.2003 р.]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2008. 10 с.

12. ДСТУ 4112.5-2002 Вина і виноматеріали. Визначання відновлювальних сахарів. Контрольний метод. [Чинний від 01.07.2003 р.]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2008. 14 с.

13. ДСТУ ГОСТ 14252:2009 Вина и виноматериалы, соки плодово-ягодные спиртованные. Методы определения титруемых кислот [Відновлено чинність від 07.03.2019 р.]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2008. 8 с.

14. ДСТУ 4112.25-2002 Вина і виноматеріали. Метод визначання діоксиду сірки [Чинний від 01.07.2003 р.]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2008. 14 с.

15. Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» № 2639-VIII від 6.12.2018 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2639-19>

16. Закон України «Про вимоги до предметів та матеріалів, що контактують з харчовими продуктами» №4611 від 06.05.2016 року URL: <https://minagro.gov.ua/npa/proekt-zakonu-ukraini-pro-vimogi-do-predmetiv-ta-materialiv-shcho-kontaktuyut-z-kharchovimi-produktami>

17. Технологія і безпека продуктів харчування. URL: <https://journals.ontu.edu.ua/index.php/foodtech/article/view/1564> (дата звернення: 19.05.2023)

18. Памбук С.А., Гарбажій К.С., Шенгелая М.В. Методичні вказівки до виконання лабораторних робіт з дисципліни «Дослідна робота» для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» денної та заочної форми навчання. Одеса: ОНАХТ, 2022. 17 с.

19. Законом України «Про Митний тариф України» №584-VII від 19.09.2013. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/584-18> (дата звернення: 20.05.2023)

20. Що таке УКТЗЕД і для чого він потрібен. Веб-сайт URL: <https://bargen.com.ua/2017/12/21/shho-take-kod-ukt-zed-i-dlya-chogo-vin-potriben/> (дата звернення: 20.05.2023).

21. Тара, пакування та зберігання вин. URL: <https://lektsii.org/3-16054.html> (дата звернення: 20.05.2023)

22. ГОСТ 5541-2019 Средства укупорочные корковые. Общие технические условия [Чинний від 01.06.2020 року]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2019. 22 с.

23. Закон України «Про затвердження Порядку діяльності Центральної галузевої дегустаційної комісії виноробної промисловості, дегустаційної комісії профільної наукової установи, дегустаційної комісії галузевої громадської спілки» № 1238/32690 від 31.10.2018 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z1238-18>

24. Попов М. Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 90 (Частина II): збірник наукових праць. Київ: Інститут міжнародних відносин КНУ імені Тараса Шевченка, 2010. 38-39 с. (дата звернення: 20.05.2023).

25. Митний Кодекс України № 4495-VI від 13.03.2012 р. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T124495?an=7665> (дата звернення 21.05.2023).

26. Постанова Кабінету Міністрів України №960 від 24.10.2018 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/960-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення 21.05.2023).

27. Закон України «Про карантин рослин» № 3348-XII від 30.06.1393 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3348-12#Text> (дата звернення 21.05.2023).

28. Закон України «Про насіння і садивний матеріал» № 411-IV від 26.12.2002 р. URL: [https://ips.ligazakon.net/document/view/t020411?ed=2012\\_10\\_02](https://ips.ligazakon.net/document/view/t020411?ed=2012_10_02) (дата звернення 21.05.2023).

29. Наказ Міністерства аграрної політики України № 414 від 23.08.2005 р. «Про затвердження Фітосанітарних правил ввезення з-за кордону, перевезення в межах країни, транзиту, експорту, порядку переробки та реалізації підкарантинних матеріалів» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z1121-05> (дата звернення 21.05.2023).

30. Закону України «Про ветеринарну медицину» № 1206-IX від 04.02.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1206-20> (дата звернення 25.05.2023).

31. Закон України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин» від № 2042-VIII 18.05.2017 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2042-19> (дата звернення 25.05.2023).

32. ДСТУ 2293:2014. Охорона праці терміни та визначення основних понять. [Чинний від 01.05.2015 року]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2014. 18 с.

33. Нестеров О.В Охорона праці в галузі: Тексти (Конспект) лекцій. Запоріжжя: Вид-во Національний університет «Запорізька політехніка» , 2020. 114 с.

34. Оснащення робочого місця URL: [https://stud.com.ua/50639/menedzhment/osnaschennya\\_robochogo\\_mistsya](https://stud.com.ua/50639/menedzhment/osnaschennya_robochogo_mistsya) (дата звернення (30.05.2023)

35. ДСН 3.3.6.042-99 Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень [Чинний від 01.12.1999 року]. Вид. офіц. Київ: Державні Санітарні Правила і Норми, 1999. 18 с.

36. Фесенко О.О., Лисюк В.М., Мирошніченко О.М. ,Сахарова З.М., Неменуца С.М., Булюк В.І.Охорона праці та цивільний захист в галузі (Модуль 1 – Охорона праці в галузі) Навчальний посібник. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2020. – 126 с.

37. ДБН В.2.5-28-2018 Природне і штучне освітлення [Чинний від 01.03.2019 року]. Вид. офіц. Київ: Державні Будівельні Норми, 2019. 137 с.

38. Концептуальні засади забезпечення пожежної безпеки об'єкта  
URL:

[https://pidru4niki.com/1016031638338/bzhd/kontseptualni\\_zasadi\\_zabezpechen\\_nya\\_pozhezhnoyi\\_bezpeki\\_obyekta](https://pidru4niki.com/1016031638338/bzhd/kontseptualni_zasadi_zabezpechen_nya_pozhezhnoyi_bezpeki_obyekta) (дата звернення: 31.05.2023)

39. Основні вимоги до шляхів евакуації URL: <https://pro-op.com.ua/article/387-qqq-17-m3-02-03-2017-vimogi-pojejno-bezpeki-do-shlyahv-evakuats> (дата звернення 31.05.2023).

## ДОДАТКИ

### Додаток 1

#### Зразок №1 - Гранатове вино ТМ «Az-Granata» «Mugam»



## Додаток 2

## Зразок №2 - Гранатове вино ТМ «Absheron Sharab» «Nar Bagi»





## Додаток 3

## Зразок №3 - Гранатове вино ТМ «ZOLOTOY BAKU»



Зразок №4 - Гранатове вино ТМ «Дерево життя»



## Зразок №5 - Гранатове вино ТМ «Verazzano»

