

запровадженні єдиної податкової ставки (19%), відомої також як «фіксований податок», який запровадили за принципом оподаткування всіх прибутків єдиним способом, незважаючи на джерело оподаткування. Нове законодавство скасувало 21 вид оподаткування прибутків, який застосовували в Словаччині до реформи. Іншим важливим кроком стало спрощення правил щодо бізнесових витрат. Новий податковий закон дозволяє збитковим підприємствам Словаччини не сплачувати податки впродовж п'ятирічного періоду. Водночас словацьким компаніям не дозволено ухилятися від інвестиційних витрат. Натомість у податковій ставці передбачено падіння ринкових цін. Це означає, що з кожної витрати на інвестиції може бути утримана від оподаткування лише певна їх частка щороку [3].

Як доводить аналіз світового досвіду, роль держави в ринковій економіці залежить від забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, створення однакових сприятливих умов для розвитку різних форм бізнесу, у тому числі малого бізнесу, а також всебічної підтримки підприємництва й приватної ініціативи. При цьому податки є найнадійнішим та найефективнішим важелем стимулювання розвитку підприємництва.

Ефективність функціонування економіки у розвинутих країнах значною мірою залежить від оптимального співвідношення в ній малого, середнього та великого бізнесу. Взаємодія держави і малого бізнесу в країнах із розвинутою економікою здійснюється на взаємовигідних умовах і має тривалий характер.

Як доводить аналіз світового досвіду, роль держави в ринковій економіці залежить від забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, створення сприятливих умов для розвитку різних форм бізнесу, у тому числі малого бізнесу, а також всебічної підтримки підприємництва й приватної ініціативи. При цьому податки є найнадійнішим та найефективнішим важелем стимулювання розвитку підприємництва.

Держава повинна здійснювати підтримку бізнесу, забезпечення повної лібералізації підприємницької діяльності, скасування адміністративного тиску та бюрократичних обмежень. Для забезпечення економічного зростання і припливу інвестицій в Україні необхідно проводити структурні реформи. Важливими умовами підприємницької діяльності є: стабільна політична ситуація; позитивна суспільна думка про діяльність підприємців; належний рівень культури підприємництва.

#### *Література*

1. Гавриш О. А. Економічні проблеми та шляхи покращення становища підприємництва в Україні / О. А. Гавриш, Т. О. Ковнер // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. - 2015. - Випуск 16. - С. 156 - 158.
2. Закон України «Про підприємництво» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12)
3. Карлін М. І. Стимулювання розвитку підприємництва в країнах Європейського союзу: досвід для України / М. І. Карлін // Історія народного господарства та економічної думки України. - 2015. - Випуск 48. - С. 159 – 165.
4. Кашуба О. М. Підприємництво в Україні: проблеми і перспективи розвитку / О. М. Кашуба // Економіка та держава. – 2015. – №6 – С. 104 – 105.

**Владислав ШАЛІМО**

аспірант

Одеська національна академія харчових технологій

### **ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ВИНОРОБСТВА В УКРАЇНІ ТА НАПРЯМИ ЙОГО ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ**

Виробництво алкогольних напоїв в Україні є однією із основних бюджетоформуючих галузей харчової промисловості. Саме ця галузь найбільшою мірою відчуває на собі вплив державного регулювання і саме для цієї галузі характерні протиріччя маркетингової політики підприємств та демаркетингових дій з боку держави. Дії держави повинні бути зосереджені,

з одного боку, на обмежені попиту на алкогольні напої, з іншого боку реалізація алкогольних напоїв забезпечує стабільні надходження до бюджету країни і державне регулювання спрямовується, з огляду на це, на боротьбу з тіньовим ринком, випуск якісної продукції і зростання надходжень до бюджету від діяльності підприємств, які виробляють алкогольні напої.

Характеризуючи стан ринку алкогольних напоїв, слід зазначити, що останнім часом спостерігається тенденція скорочення пропозиції, що зумовлено дією декількох чинників. Формування ціни на алкогольні напої відбувається під впливом державного регулювання, яке проявляється у встановленні мінімальних роздрібних цін та визначенні ставки акцизів, покупної спроможності населення та конкурентної боротьби на ринку алкогольних напоїв. Дія цих чинників має різний напрям впливу на обсяги пропозиції та попиту на ринку алкогольних напоїв.

В останні роки цей ринок демонстрував стабільне зростання, проте, погіршення економічної ситуації в другій половині 2008 р. спричинило зниження обсягів виробництва ігристого вина, а, відповідно, зменшення обсягів експорту і поставки імпортного вина в Україну. Крім того, девальвація національної валюти спричинила зростання вартості ігристого вина.

Як зазначає В. Пономарьов, підвищення ставок акцизного збору на вино провокує негативну динаміку розвитку виноградарської й виноробної галузей [1]. Сучасні вчені досить неоднозначно ставляться до існуючих тенденцій і динаміки в галузі та наполягають на необхідності глобальної підтримки держави в питаннях розвитку в умовах мінливого зовнішнього середовища. Проте, незважаючи на різні підходи до оцінки загальних тенденцій на ринку виноробної продукції в цілому і на ринку ігристих вин, зокрема, проблеми визначення причин негативних явищ і розробки стратегій з їх усунення залишаються актуальними й потребують подальшого поглибленого дослідження.

В останні роки конкуренція на світовому ринку іристих вин посилюється. Зазначена тенденція обумовлена зміною пріоритетів споживання покупців. Дисбаланс викликаний тим, що вина, вироблені в Чілі, Аргентині пропонуються за низькою ціною, що обумовлено можливістю залучення в цих країнах дешевої робочої сили й сприятливими природно-кліматичними умовами для вирощання виноградників. Але, смакові пріоритети європейських споживачів все частіше змінюються у бік іристих вин, що викликано сформованими традиціями і високою культурою споживання алкогольних напоїв. Слід зазначити, що загальні світові тенденції суттєво відобразилися на діяльності потужних виробників шампанського в Україні. Адже, як свідчить проведений аналіз, ринок іристих вин один із перших на продовольчому ринку України відчув суттєвий негативний вплив економічної кризи.

Заходи державного регулювання останнім часом спрямовані на підвищення ставки акцизів та зростання мінімальної роздрібною ціни, що в умовах економічної кризи і зниження рівня покупної спроможності населення не могло не призвести до скорочення попиту. На ринку вин в Україні спостерігається переорієнтація споживачів на кріплені вина. Крім того, падіння покупної спроможності населення забезпечує конкурентні переваги виробникам, які орієнтовані на виробництво продукції економ-класу. Однією з основних конкурентних переваг залишається цінова політика підприємства. Тому, постійно розширюється пропозиція вина у асептичній картонній упаковці. За рахунок зручності зберігання, транспортування та споживання, вина у картонній упаковці користуються все більшим попитом. Причому, попит на вина у картонній асептичній упаковці стають менш залежним від сезону.

Встановлення мінімальної роздрібною ціни на кріплені вина дозволило легалізувати ринок вина. За даними експертів, більше половини вина, яке виробляється в Україні не відповідає вимогам, а одержаний продукт не може бути названий вином, оскільки в нього додається значна кількість етилового ректифікованого спирту невиноградного походження.

Встановлення мінімальних роздрібних цін змусило недобросовісних виробників відмовитися від виробництва, оскільки такий товар став непривабливим для споживача за ціною.

Виробництво тихих вин в Україні буде зростати, але темпи зростання та структура ринку будуть залежати від державного регулювання ринку вина та алкогольних напоїв, рівня покупної спроможності населення, стану суміжних галузей, тощо. Така перспектива обґрунтовується зростанням виробництва виноматеріалів при підвищенні їх якості. Зміна споживчих симпатій при купівлі вина визначається рівнем покупної спроможності населення. Якщо сьогодні для ринку тихих вин закономірне більш стрімке зростання сегменту кріплених вин, із вмістом спирту понад 15%, що характерне для нижнього цінового сегменту, то зі зростанням покупної спроможності населення, можливий ріст сегменту дорогих марочних вин.

Особливістю сучасного етапу діяльності виноробних підприємств є підвищення впливу зовнішнього середовища на ефективність їх діяльності. Останнім часом, ринку вина притаманні високі темпи росту, зміни в інструментах державного регулювання: зміна ставок акцизу, запровадження мінімальної роздрібною ціни, підсилення конкурентної боротьби тощо. Така ситуація на ринку викликає необхідність швидкого реагування підприємств. Мінливість зовнішнього середовища виявила проблему якості та ефективності управлінських рішень щодо передбачення та нейтралізації негативних наслідків впливу чинників зовнішнього середовища.

На рівень конкурентоспроможності вина та виноматеріалів значною мірою впливає державне регулювання. Для виноробства в Україні не створюються умови, які мотивували б виробників до нарощування обсягів виробництва та легалізації ринку вина. В Україні склалася унікальна для світу ситуація, коли вино оподатковується двічі. Податок стягується з виноматеріалів та готової продукції, крім того, якщо йдеться про виробництво вина із використанням спирту, то додатково стягується податок зі спирту. Останні зміни в акцизному законодавстві призвели до зміни структури виробництва вина і примусили виноробів переорієнтуватися на виробництво сухих вин, відмовившись від кріплених, хоча візитною картою України завжди були останні.

Можна прогнозувати також подальшу концентрацію виробництва на ринку тихих вин, що сприятиме загостренню конкурентної боротьби на ньому практично на всіх сегментах, оскільки стратегії наслідування лідера виступають характерною рисою ринкової поведінки більшості підприємств, що викликало загострення конкуренції на ринку вина у картонній упаковці, зміщення виробництва у сегмент дешевих кріплених вин, розширення асортиментної лінійки майже всіх виробників за рахунок саме цих вин. Стратегія нішерів характерна для незначної кількості підприємств, що дозволяє утримувати їм незначні частки ринку за рахунок конкурентних переваг високого порядку. Продукція цих підприємств орієнтована на ринковий сегмент преміум класу, з високим рівнем цін.

#### *Література*

1. Іртищева І.О. Інновації – рушійна сила розвитку економіки XXI століття / І.О. Іртищева, О.М. Потапенко // Бізнес-навігатор. – 2011. – № 1(22). – С. 64–71.
2. Пономаренко В.С. Концептуальні засади управління стратегічним співробітництвом підприємства з іншими суб'єктами для забезпечення інноваційного розвитку / В.С. Пономаренко // Проблеми науки. – 2006. – № 5. – С. 14-19.