

О. Б. Каламан, В. В. Ларін
Одеський національний економічний університет

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СВІТОВОЇ ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Стаття присвячена дослідженню стану та перспектив розвитку світової виноробної промисловості, тому метою було виокремлено дослідити та структурувати сучасні тенденції світової виноробної промисловості шляхом з'ясування поточного стану та виявлення перспектив його розвитку. Проаналізовано тенденції основних прогнозів щодо обсягів виробництва вина у сучасному світі. Показано ключові напрями сегментації світового ринку вина із зазначенням провідних країн-виробників галузі. Представлено негативний стан галузі у поточному періоді. Виявлено тенденції щодо уподобань сучасних споживачів із підкресленням зосередженості на органічному походженні та терруарних уподобаннях. Наведено дослідження провідних компаній світу щодо напрямів покупок, які концентруються на економічних та органічних продуктах. Проаналізовано сучасні тренди у пакуванні та його важливості для покупців. Доведено, що превалююча частина продажів належить сегменту червоних вин. Обґрунтовано причини вибору саме червоних вин споживачами різних культур та смаків. Проаналізовано залучення технологій доповненої реальності у діяльність виноробних компаній. Виявлено, що такий інструмент дозволяє покупцям проаналізувати якість вина, порівняти досвід та тенденції виноробних компаній та ввезитися у дотриманні на належному рівні стандартів сталого розвитку на підприємстві. Показано, як підприємства імплементують елементи ІІІ у виноробстві та виноградарстві з метою вдосконалення та стандартизації виробничого процесу. Синтезовано вагому роль логістичних процесів у комунікаціях між виробниками та споживачами на ринку вина. Проаналізовано складність та вагомість законодавчого регулювання виноробної промисловості як в Україні, так і світі. Проте, зазначені проблемні аспекти у розвитку галузі не являються превалюючими. Доведено, що виноробні компанії крім викликів мають суттєві та різнобічні можливості для потенційного розвитку галузі та у зростанні рівня прибутковості. Запропоновані основні напрями розвитку для підприємств галузі, реалізація яких допоможе досягти підвищення ефективності їхньої діяльності.

Ключові слова: вино, червоне вино, технологія виноробства, виноробна промисловість, світовий ринок вина, виноробні компанії.

Постановка проблеми та її актуальність. Сьогодні, у часи системних змін очевидним є припущення, що звичні сценарії споживання, зокрема щодо алкогольних виробів, суттєво змінилися. Так, глобальний ринок вина, що історично сегментований за кольорами, поступово набуває ознак кризостійкості. Цікавим є той факт, що подібно тенденціям розвитку ринку продуктів харчування, споживачі напоїв все частіше цікавляться винами, які отримали значний розвиток саме під час пандемії. Незважаючи на те, що ринок вина зіткнувся з істотними викликами за останні кілька років, він демонструє стійкість та чутливість до змінюваного споживацького попиту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні питанням розвитку провідних галузей економіки окремих країн займається велика плеяда відомих вчених. Так, Печко В. В. досліджував можливості стратегічного управління розвитком виноградарсько-виноробного комплексу України в умовах глобалізації [1]. Вчені Бойко Л. та Бойко В. розглядали сучасні аспекти розвитку галузі виноградарства в умовах невизначеності як першопричину становлення виноробства у світі [2]. Дослідниця Брикова Т. присвятила свої наукові доробки питанням виноробства та виноградарства саме в Україні в напрямі енотуризму, міжнародного співробітництва та мистецтву сомельє в умовах війни [3]. Абкадиров Ф. та Мукоїд Р. зупинилися в дослідженнях

на питаннях перспективи виробництва сухих витриманих вин південного регіону України [4]. Новікова А. у своїй роботі проаналізувала сучасний стан і тенденції розвитку виноробної галузі в Україні [5]. Щербак А. та Нікішина О. висвітлили питання сучасних трендів розвитку вітчизняного ринку вина та шляхи імпортозаміщення в умовах нестабільності [6]. Проте, не дивлячись на потужні та багатоаспектні дослідження щодо виноробства в Україні та світі, питання присвячені сучасним тенденціям світової виноробної промисловості, а саме в напрямках стану та перспектив її розвитку все ще залишаються недостатньо дослідженими, що і обумовило вибір напрямку нашого дослідження.

Мета статті. Метою статті є дослідити та структурувати сучасні тенденції світової виноробної промисловості шляхом з'ясування поточного стану та виявлення перспектив його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. У той час як економічний спад і зростаюча світова інфляція змушують споживачів скорочувати витрати на товари, що не є життєво необхідними, проте можливості розвитку для сфери виноробства збільшуються. Особливо ця тенденція простежується в сегменті преміум-класу, червоних та альтернативних вин. Прогнозується, що глобальний винний ринок зросте на 4,35% з 2024 по 2028 рік та досягне обсягу ринку в 215,7 млрд доларів США у 2028 році [7]. Можна спостерігати, що, навіть,

за умови збереження тенденції до зростання продажів на світовому ринку вина, цей показник досягне 412,9 млрд доларів США, а отже, новий пік прогнозується у 2027 році. Під час пандемії, через підвищення рівня диджиталізації, виноробні компанії суттєво підвищили обсяги виручки від реалізації, зокрема шляхом імплементації онлайн-платформ. Тому їхній валовий дохід на світовому ринку має зрости приблизно до 14 млрд доларів США до 2027 року. Однак, обсяг ринку вина у 2027 році прогнозовано зменшиться у всіх сегментах порівняно з попереднім роком. Порівнюючи три різні сегменти у 2027 році, сегмент «ігристе вино» буде лідирувати в рейтингу при 6,94%. Навпаки, «тихе вино» посідатиме останнє місце маючи 4,95%. Їхня різниця, проти ігристого вина, становитиме 1,99 відсоткового пункти [7].

Важливо відзначити, що глобальний ринок вина також може бути сегментований за регіонами, ключовими гравцями та типом продукції. Станом на 2022 рік Італія, Франція та Іспанія були першими виробниками вина в усьому світі. Того року Франція виробила близько 45,6 мільйона гектолітрів вина [8]. Ринок вина у світовому масштабі заслуговує на увагу винятковою різноманітністю виноробних регіонів, кожен з яких характеризується своїм кліматом, складом ґрунту та сортами винограду. Ці відмінні елементи разом формують унікальні якості та смаки вин, виготовлених у цих регіонах, що призводить до широкого спектру винних стилів, які можуть задовольнити різноманітні смаки споживачів. Ринок вина у всьому світі переживає зростання через зміну вподобань споживачів, нові тенденції на ринку, унікальні місцеві умови та основні макроекономічні фактори.

Нажаль, 2024 рік відзначився суттєвим зниженням рівня виробництва продукції виноробства за останні 63 роки. Подібна тенденція є вкрай негативною, про що свідчать данні OIV. Так, у 2024 році у всьому світі було вироблено 231 млн гектолітрів, що є меншим на 2% за виробництво попереднього року та на 13% за середньорічний рівень протягом останніх 10 років. [9]

Зі зміною тенденцій у виноробній індустрії досвідчені споживачі все частіше шукають нові варіанти для придбання, віддаючи перевагу винам з мінімальними добавками та зосередженням на терруарі. Оскільки споживачі стають все більш обізнаними, то звертають більше уваги на якість, прозорість та етичність методів виробництва при прийнятті рішення щодо купівлі. Серед основних тенденцій у смаках покупців можна виокремити уподобання до стійких та органічних вин.

Важливо зазначити, що споживачі в усьому світі стали більш свідомими щодо раціонального та органічного харчування. Отже, це одна з найпомітніших винних тенденцій, що впливає на виробників вина в усьому світі. Згідно з опитуванням, проведеним компанією McKinsey and Co., 60% респондентів заявили, що заплатили б більше за продукт із екологічно чистим пакуванням [10]. З іншого боку, ринок натуральних вин невинно зростає, оскільки споживачі стають більш

свідомими щодо того, що вони споживають, і шукають товари, вироблені екологічним способом. Відповідно до звіту, опублікованого The Brainy Insights, очікується, що глобальний ринок органічного вина досягне 21,1 мільярда доларів США до 2030 року при середньорічному темпі зростання 10,5% протягом прогнозованого періоду 2022–2030 років [11]. Органічні або натуральні вина вирощуються без використання синтетичних пестицидів, гербіцидів і генетично модифікованих організмів (ГМО). Попит на органічне вино зумовлений бажанням отримати більш натуральні та автентичні продукти, обізнаністю споживачів щодо того, що таке органічне виробництво, та зростаючою турботою про навколишнє середовище.

Окремим аспектом для аналізу вважаємо за доцільне визначити зручність пакування вина. Важка скляна пляшка більше не являється єдиним варіантом для пакування вина. Завдяки новітнім технологіям пакування харчових продуктів споживачі все частіше надають перевагу переробленим та екологічно чистим матеріалам. Останніми роками винна промисловість досліджує альтернативні екологічні варіанти пакування, які пропонують зручність, інновації та, що найважливіше, для свідомого споживача – відповідають вимогам сталого розвитку. Під час пандемії подібні пакування для виноробної продукції набули популярності завдяки зручності, портативності та обсягу, що підходило для домашнього способу життя. Споживачі оцінили їхню нижчу вартість, менший рівень відходів і придатність для активного відпочинку. Ця тенденція продовжується, оскільки споживачі шукають зручні та екологічні варіанти споживання вина. Сьогодні вже стає очевидним, що відбувається революція в пакуванні вина, яка спричинена зміною клімату, технологіями, зміною способу життя та зростанням обізнаності про екологічність.

Цікавим для аналізу аспектом уподобань сучасних покупців можна виділити домінування на ринку червоного вина. Червоне вино спроможне зберегти тенденцію до домінування на світовому ринку завдяки своїй незмінній привабливості, універсальності та постійно зростаючому попиту. Згідно даних Allied Market Research, до 2028 року дохід від ринку червоного вина досягне 278,5 мільярдів доларів США, зареєструвавши CAGR 5,4% з 2021 по 2028 рік [7]. Розмір глобального ринку червоного вина сегментований за кінцевим споживачем та регіоном, зосереджуючись на виробниках у різних регіонах. Пристосованість червоного вина до різноманітних кухонь і випадків, а також його зростаюча популярність на ринках, що розвиваються, позиціонують його як вибір, якому надають перевагу, забезпечуючи йому домінуючий статус на світовому винному ринку.

Оскільки харчові технології продовжують впливати на розвиток винної індустрії, AR (доповненої реальності) оновлює виноробну промисловість. Виноробні компанії використовують технологію AR, щоб орієнтуватися на споживачів і робити своє пакування більш

привабливими, демонструючи унікальну інформацію. AR переносить споживачів на виноробню віртуально через їхні смартфони із застосуванням 3D-відео виноробні. Це допомагає споживачам досліджувати якість продукту, оцінювати практики виноробства та гарантувати дотримання стандартів сталого розвитку, спонукаючи їх купувати органічне вино. Крім того, AR спрямовує споживачів до роздрібних магазинів, де вони можуть робити покупки у віртуальному світі та задавати питання про виноробну продукцію віртуальному продавцю. Наприклад, екскурсія до виноробні на основі доповненої реальності допомагає продемонструвати процес виробництва певних, відзначених нагородами, вин, виноградників і мистецтва виноробства. Це дозволяє споживачам відчувати красу виноробні в будь-якій точці світу.

Проте, досліджуючи ринок вина, важливо розуміти процес виноробства/виробництва в цілому. Так, інтеграція технологій у виробництво стимулює значні розробки, забезпечуючи його ефективність, доступність та сталість. Виноробні компанії інтегрують елементи ІІІ та програмне забезпечення для моніторингу клімату виноградників, роботів для збору врожаю та розливу в пляшки, дронів для виявлення пошкоджень виноградної лози та вдосконалення процесу виробництва вина.

Дистрибуція вина являється здебільшого невидимою для споживачів, але є невід'ємною частиною ланцюжка поставок вина. Канали розподілу та логістика відіграють вирішальну роль у виноробній промисловості, з'єднуючи виробників вина (виноградники та виноробні) зі споживачами та забезпечуючи ефективне потрапляння вина на відповідний ринок. Ландшафт виноробної промисловості швидко змінився після пандемії. З метою ефективного функціонування виноробні компанії повинні досліджувати поточні виклики та можливості для створення цілей, адаптованих до поточних змін. Так, глобальне потепління становить загрозу існуванню для виноградників, оскільки коливання температури та режим опадів впливають на виробництво винограду та фактичну якість вина [12].

Окремим питанням постають проблеми регуляторні. Так, складності правил маркування та географічних зазначень, різноманітні державні та міжнародні закони, а також суворі вимоги їхнього дотримання збільшують операційні витрати та перешкоджають доступу на ринок. Крім того, у всьому світі спостерігається зростаюча інфляція, яка тисне на всі сектори економіки, зокрема й на виноробний сектор. Продажі вина в усьому світі падають на тлі зростання вартості життя. Ринок вина, відноситься до висококонкурентного.

Конкуренція тут є жорсткою, тому споживачі постійно моніторять репутацію бренду та довіру до нього. Щоб досягти успіху на цьому ринку, виробники та дистриб'ютори повинні зосередитися на інноваціях, диференціації продукції та налагодженні відносин зі споживачами [13].

Висновки. Таким чином, доцільно підсумувати, що питаннями сучасних тенденцій світової виноробної промисловості займаються багато вчених і кожен вносить свій внесок в розвиток, систематизацію та синтез проблем та окремих перспектив розвитку галузі. Незважаючи на низку викликів, з якими стикається виноробна промисловість, компанії виявляють стійкість і долають бар'єри. Так, доцільним можуть стати експортні можливості щодо виходу на ринки Китаю, Індії та Бразилії, де зростає попит на високоякісні вина. Також позитивним кроком може стати інтенсифікація електронної комерції. Подібні платформи пропонують канал продажу вина безпосередньо споживачам. Застосовуючи інструменти можна проводити віртуальні дегустації вин і події, використовуючи технології для спілкування та просвіти споживачів. Цікавим для застосування є інтеграція доповненої реальності. За допомогою доповненої реальності споживачі можуть відвідати виноградники, зрозуміти процес і спостерігати за ним.

Важливо підсумувати, що Франція, Італія та Іспанія залишаються провідними країнами-виробниками та експортерами вина. Інші відомі виноробні регіони включають Сполучені Штати, Австралію, Південну Африку, Німеччину, Аргентину та Чилі. Провідним товарним сегментом ринку вина є переважно тихе вино з найвищою вартістю 340,08 мільярда доларів США. Тихе вино є універсальним, ним можна насолоджуватися самостійно або досліджуючи унікальне поєднання вина з їжею, що робить його популярним вибором серед споживачів. Від нових технологій до нових тенденцій у виноробстві до появи абсолютно нових виноробних регіонів, на ринку вина є багато чого очікувати протягом наступного десятиліття.

Статистика виноробної промисловості свідчить про те, що споживання вина продовжує зростати, зумовлене зростанням переваги преміальних та органічних вин. Електронна комерція набула популярності як канал продажів, що забезпечує зручність для споживачів. Сталий розвиток і екологічно чисті методи стають ключовими, що відображає стурбованість споживачів навколишнім середовищем. Адаптація до цих тенденцій і додання регуляторних складнощів має важливе значення для ефективного функціонування виноробних підприємств у цій конкурентній галузі.

Список використаних джерел:

1. Печко В. С. Стратегічне управління розвитком виноградарсько-виноробного комплексу України в умовах глобалізації : дис. ... д-ра екон. наук. 08.00.03. ОНТУ. Одеса, 2025. 523 с.
2. Бойко Л., Бойко В. Сучасні аспекти розвитку галузі виноградарства в умовах невизначеності. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2024. № 19. С. 31–38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.19.8>
3. Брикова Т. Виноробство та виноградарство в Україні: енотуризм, міжнародне співробітництво та мистецтво сомельє в умовах війни. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. № 3 (13). С. 12–18. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.2](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.2)
4. Абкадіров Ф., Мукоїд Р. Перспективи виробництва сухих витриманих вин південного регіону України. Промисловість та крафт для HoReCa в туризмі: досвід, проблеми, інновації : програма та матеріали II-ї Міжнародної науково-практичної конференції, 23–24 травня 2024 р., м. Київ. Київ : НУХТ, 2024. С. 134–136.
5. Новікова А. Сучасний стан і тенденції розвитку виноробної галузі в Україні. *Вісник НТУ «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2020. № 1. С. 41–45.
6. Щербак А., Нікішина О. Сучасні тренди розвитку вітчизняного ринку вина та шляхи імпортозаміщення в умовах нестабільності. *Food Industry Economics*. 2024. Т. 16. № 2. С. 25–33.
7. Глобальний ринок алкогольних напоїв буде збільшуватися: прогноз IWSR. Напої. Технології та інновації. URL: <https://techdrinks.info/globalnyj-rynok-alkogolnyh-napoyiv-bude-zbilshuvatsya-prognoz-iwsr/> (дата звернення: 24.08.2025).
8. Франція може повернути собі звання провідного виробника вина у світі. Економіка України. URL: <https://thepage.ua/ua/economy/virobnictvo-vina-v-italiyi-ta-franciyi-u-2023-roci> (дата звернення: 24.08.2025).
9. Виробництво вина у 2024 році: ключові тренди та виклики. Культуровина. веб-сайт. URL: <https://nataliiawines.com.ua/vyrobnystvo-vyna-u-2024-rotsi-kliuchovi-trendy-ta-vyklyky> (дата звернення: 24.08.2025).
10. Зелений і безпечний Європейський Союз : монографія / [А. О. Бояр (кер. авт. кол.), І. В. Кицюк, Н. І. Романюк та ін.] ; за ред. А. О. Бояра, В. Й. Лажника. Луцьк : Вежа-друк, 2023. 592 с.
11. Обсяг світового ринку органічного вина до 2030 року значно зросте. *Vino.ua*. URL: <https://vino.ua/ua/obem-mirovogo-rynka-organicheskogo-vina-k-2030-godu-znachitelno-vozzrastet/> (дата звернення: 25.08.2025).
12. Турчиняк М. К., Полотай Б. Я., Даньчишин А. А. Українське виноробство в умовах війни. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2024. № 11. С. 35–42.
13. Вдовенко Н., Лопатинський Ю., Саркісян Г. Еволюція поглядів на стратегічне управління розвитком виноградарсько-виноробного комплексу України в умовах глобалізації та повоєнної відбудови. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2025. Т. 342. № 3 (1). С. 362–367. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3\(1\)-52](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3(1)-52)

References:

1. Pechko V. S. (2025) *Stratehichne upravlinnia rozvytkom vynohradsrsko-vynorobnoho kompleksu Ukrainy v umovakh hlobalizatsii* [Strategic management of the development of the viticulture and winemaking complex of Ukraine in the context of globalization] : dys. ... d-ra ekon. nauk. 08.00.03. Odesa, 523 p. (in Ukrainian)
2. Boiko L., Boiko V. (2024). Suchasni aspekty rozvytku haluzi vynohradsrstva v umovakh nevyznachenosti [Modern aspects of the development of the viticulture industry under conditions of uncertainty]. *Tavriyskyi naukovyi visnyk. Seriya: Ekonomika – Tavria Scientific Bulletin. Series: Economics*, vol. 19, pp. 31–38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.19.8>
3. Brykova T. (2024). Vynorobstvo ta vynohradsrstvo v Ukraini: enoturyzm, mizhnarodne spivrobitnytstvo ta mystetstvo somelie v umovakh viiny [Winemaking and viticulture in Ukraine: wine tourism, international cooperation and the art of sommelier in wartime]. *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia – Innovations and technologies in the sphere of services and food*, vol. 3 (13), pp. 12–18. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.2](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.2)
4. Abkadyrov F., Mukoid R. (2024) Perspektyvy vyrobnytstva suchykh vytrymanykh vyn pivdennoho rehionu Ukrainy [Prospects for the production of dry aged wines in the southern region of Ukraine]. *Promyslovist ta kraft dlia HoReCa v turyzmi: dosvid, problemy, innovatsii : prohrama ta materialy II-yi Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi konferentsii* (Kyiv, May 23rd–24th, 2024). Kyiv : NUKhT, 2024, pp. 134–136.
5. Novikova A. (2020). Suchasnyi stan i tendentsii rozvytku vynorobnoi haluzi v Ukraini [Current status and development trends of the wine industry in Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu “Kharkivskiy politekhnichnyi instytut” (ekonomichni nauky) – Bulletin of the National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute” (Economic Sciences)*, vol. (1), pp. 41–45.
6. Shcherbak A., Nikishyna O. (2024). Suchasni trendy rozvytku vitchyznianoho rynku vyna ta shliakhy importozamishchennia v umovakh nestabilnosti [Current trends in the development of the domestic wine market and ways of import substitution in conditions of instability]. *Food Industry Economics*, vol. 16 (2), pp. 25–33.
7. Hlobalnyi rynek alkoholnykh napoyiv bude zbilshuvatsia: proghnoz IWSR. Napoi. Tekhnolohii ta innovatsii [Global market for alcoholic beverages to increase: IWSR forecast. Beverages. Technology and Innovation]. Available at: <https://techdrinks.info/globalnyj-rynok-alkogolnyh-napoyiv-bude-zbilshuvatsya-prognoz-iwsr/> (accessed August 24, 2025).
8. Frantsiia mozhe povernuty sobi zvannia providnoho vyrobnyka vyna u sviti. Ekonomika Ukrainy [France may regain its title as the world's leading wine producer. Economy of Ukraine]. Available at: <https://thepage.ua/ua/economy/virobnictvo-vina-v-italiyi-ta-franciyi-u-2023-roci> (accessed August 24, 2025).

9. Vyrobnystvo vyna u 2024 rotsi: kliuchovi trendy ta vyklyky. Kultura vyna [Wine production in 2024: key trends and challenges. Wine culture]. Available at: <https://nataliawines.com.ua/ua/vyrobnystvo-vyna-u-2024-rotsi-kliuchovi-trendy-ta-vyklyky> (accessed August 24, 2025).

10. Boiar A. O., Kytsiuk I. V., Romaniuk N. I. ta in. (2023) *Zelenyi i bezpechnyi Yevropeiskyi Soiuz : monohrafiia* [Green and Safe European Union: monograph]. Luts'k : Vezha-druk, 592 p. (in Ukrainian)

11. Obsiah svitovoho rynku orhanichnoho vyna do 2030 roku znachno zroste. Vyno.ua [The global organic wine market will grow significantly by 2030. Vyno.ua]. Available at: <https://vino.ua/ua/obem-mirovogo-rynka-organicheskogo-vina-k-2030-godu-znachitelno-vozrastet/> (accessed August 25, 2025).

12. Turchyniak M. K., Polotai B. Ya., Danchyshyn A. A. (2024). Ukrainske vynorobstvo v umovakh viiny [Ukrainian winemaking in times of war]. *Industriia turizmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi – Tourism and Hospitality Industry in Central and Eastern Europe*, vol. (11), pp. 35–42.

13. Vdovenko N., Lopatynskyi Yu., Sarkisian H. (2025). Evoliutsiia pohliadiv na stratehichne upravlinnia rozvytkom vynohradersko-vynorobnoho kompleksu Ukrainy v umovakh hlobalizatsii ta povoiennoi vidbudovy [Evolution of views on strategic management of the development of the viticulture and winemaking complex of Ukraine in the context of globalization and post-war reconstruction]. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, vol. 342 (3(1)), pp. 362–367. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3\(1\)-52](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3(1)-52)

Olga Kalamán, Vitalii Larin

Odesa National University of Technology

CURRENT TRENDS IN THE GLOBAL WINE INDUSTRY: STATUS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

The article is devoted to the study of the state and prospects for the development of the world wine industry, therefore the goal was to research and structure the current trends of the world wine industry by clarifying the current state and identifying the prospects for its development. The trends of the main forecasts regarding the volumes of wine production in the modern world are analyzed. The key directions of segmentation of the world wine market are shown, indicating the leading producing countries of the industry. The negative state of the industry in the current period is presented. Trends in the preferences of modern consumers are identified, emphasizing the focus on organic origin and terroir preferences. Research by leading companies in the world on the trends of buyers who concentrate on economical and organic products is presented. Modern trends in packaging and its importance for buyers are analyzed. It is proved that the prevailing part of sales belongs to the red wine segment. The reasons for the choice of red wines by consumers of different cultures and tastes are substantiated. The involvement of augmented reality technologies in the activities of wine companies is analyzed. It was found that such a tool allows buyers to analyze the quality of wine, compare the experience and trends of wine companies and ensure that the company meets the appropriate level of sustainable development standards. It is shown how companies implement AI elements in winemaking and viticulture in order to improve and standardize the production process. The important role of logistics processes in communications between producers and consumers in the wine market is synthesized. The complexity and importance of legislative regulation of the wine industry both in Ukraine and in the world are analyzed. However, the mentioned problematic aspects in the development of the industry are not prevalent. It is proven that wine companies, in addition to challenges, have significant and versatile opportunities for the potential development of the industry and in increasing the level of profitability. The main directions of development for enterprises in the industry are proposed, the implementation of which will help to achieve an increase in the efficiency of their activities

Keywords: wine, red wine, wine technology, wine industry, world wine market, wine companies.

Стаття надійшла: 19.09.2025

Стаття прийнята: 07.10.2025

Стаття опублікована: 18.11.2025