

## Сподарик В.Н. ПРОБЛЕМЫ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ВИНОДЕЛИЯ

**Целью данного исследования** является анализ состояния виноделия, выделение основных проблем.

**Постановка проблемы.** В данной статье рассмотрены вопросы финансирования винодельческих корпораций и их конкурентоспособности.

**Результаты исследования** представлены в виде анализа основных показателей деятельности отрасли (графики, таблицы, диаграммы).

**Основной материал.** Производство вина и ликеро-водочной продукции является одной из составляющей промышленного комплекса нашей страны, особенно Крыма. Проблема заключается в том, что темпы выкорчевывания виноградников в значительной степени превышают темпы посадки новых саженцев (ежегодно выкорчевывается 7-8 тыс.га виноградников, а засаживается 3,8 – 4 тыс.га), непрозрачная и непонятная для предприятий - виноделов процедура возмещения средств на закладку новых виноградников, а также неэффективное регулирование государством процесса ввоза на территорию Украины изделий зарубежных конкурентов: французских вин, молдавских и грузинских. Особенно опасным конкурентом для украинских винодельческих компаний являются молдавские производители вина [1].

Так, в апреле 2006 года увеличение ассортимента молдавских вин на полках магазинов стало очевидным: рост составил 20 %. Этот факт многие эксперты объясняют по – разному: одни утверждают, что бить тревогу абсолютно незачем, так как молдавские вина не смогут расширить свои позиции больше, чем они есть в настоящее время, ведь из – за проблем с экспортом молдавского вина в Российскую Федерацию его производители готовы работать даже с убытками, только бы занять часть винного рынка Украины. Другие аналитики уверены в обратном: негативный фактор имеет место и связан он с одной – единственной причиной – финансированием производства, из которой исходит и качество рекламной поддержки продукта, и вознаграждение магазинов, супермаркетов, посредников, которые занимаются реализацией продукта. По некоторым данным за вход на полки супермаркетов молдавские производители предлагают сумму, вдвое большую, чем могут дать отечественные предприятия (300 тыс.грн за вход) [4].

Также на винном рынке наблюдается значительное сокращение количества мелких производителей, эксперты связывают этот факт прежде всего с тем, что в значительной степени увеличилась стоимость лицензии, хотя считается, что на объемы продаж это не повлияет, так как винный рынок постепенно монополизирован. Естественно, увеличение стоимости лицензии сразу же отразилось на стоимости вина. Так по Украине 1 л ординарного вина по приблизительным оценкам составляет чуть больше 1\$, а в странах Европы 0,25 – 0,35\$. Большой проблемой для украинских производителей стал также неурожай 2003-2004 гг., из – за чего появился недостаток в виноматериалах. Ввиду недостаточности того же финансирования возможности закупать дорогие импортные виноматериалы нет, а закупка более дешевых не имеет смысла, так как они более низкого качества, соответственно, конечный продукт не пройдет тестирование [3]. Эксперты также считают, что отечественное вино, производимое из урожая 2006 года, очень низкого качества из – за недостаточного содержания в нем сахара, а процесс «подслащивания» виноградного сока для производства ординарных столовых вин служит основанием для фальсификации марочных [2]. Немаловажное значение имеет и психологический фактор: ко всему новому потенциальный потребитель относится осторожно и с недоверием. Вследствие этого такие известные производители, как «Коктебель», «Массандра» не имеют возможности наращивать производство в силу того, что нарушится процесс технологии и пострадает качество продукции.

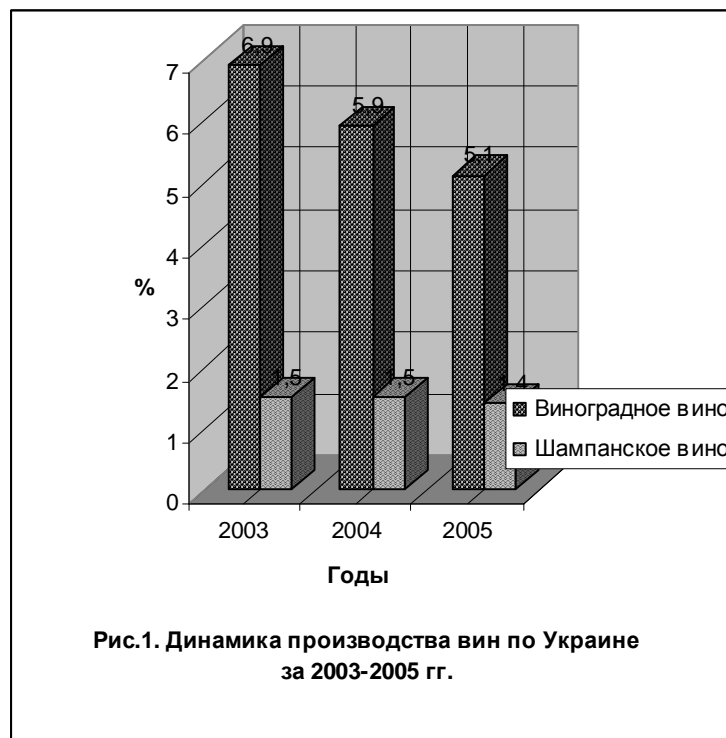
Одним из выходов из сложившейся ситуации является инвестирование. Так по состоянию на 01.01.2004 объем иностранных инвестиций на предприятиях пищевой промышленности АР Крым составил 19,1 млн. \$ или 8,5 % общего объема капитальных вложений в республику. Среди иностранных партнеров, вложивших инвестиции в пищевую промышленность Крыма, наиболее активно проявили себя предприниматели Кипра: объем поставок из этой страны на 01.01.2004 составил 9,1 млн. \$, из США – 2,4 млн. \$, Германии – 2,2 млн. \$, Швейцарии и Чехии - по 1,1 млн. \$, Венгрии и Турции - по 1,04 млн.\$, Виргинских островов – 0,7 млн. \$, Российской Федерации – 0,4 млн. \$. В определенной степени улучшает ситуацию инвестиционная деятельность крупных производителей вина, которые приобретают посадочный материал под новые виноградники за собственные средства.

Производство алкогольных напитков за период 2003 - 2005 гг. по всей Украине представлено в табл.1.

**Таблица 1.** Производство алкогольных напитков по Украине за 2003-2005 гг. млн.дал

Продукция	2003	2004	2005
<b>Водка, другие крепкие спиртные напитки</b>	26,7	40,3	45,0
Ликеры, сладкие наливки, спиртовые настойки, другие спиртные напитки	5,7	7,4	12,9
Вино виноградное	15,3	15,4	16,3
Вино «Шампанское»	3,3	4,0	4,4
Коньяк	1,6	2,0	2,4
Пиво	170	194	238
<b>Итого</b>	<b>222,6</b>	<b>263,1</b>	<b>319</b>

Динамика производства вина (%) по Украине представлена на рис.1.



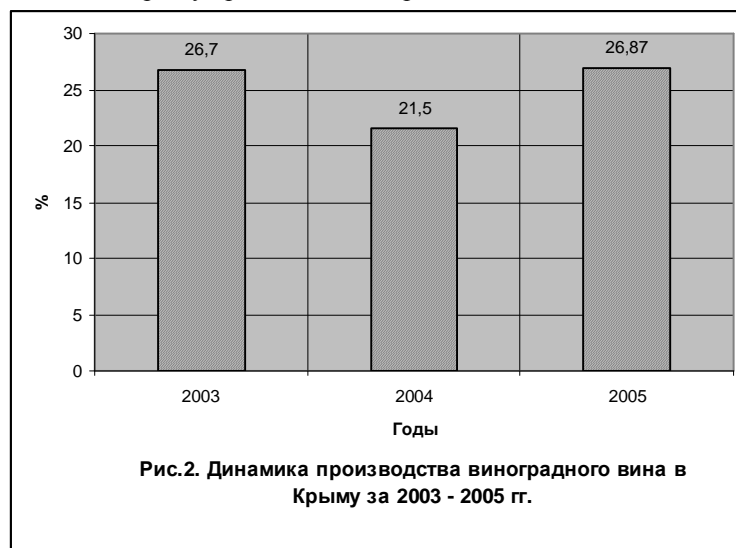
Как видно из таблицы 1, на рынке вин наблюдается увеличение производства виноградного вина, однако по отношению к общему выпуску ликеро-водочных изделий наблюдается устойчивая тенденция снижения вина по отношению к выпуску водки, ликеров и пива, что следует из рис.1. Это свидетельствует о снижении интереса к данному продукту, в частности, из – за низкой культуры потребления напитка.

Производство алкогольных напитков за период 2003 - 2005 гг. по Крыму представлено в табл.2.

**Таблица 2.** Производство алкогольных напитков по Крыму за 2003-2005 гг.тыс.дал

Продукция	2003	2004	2005
Водка, другие крепкие спиртные напитки	3588,0	7468,6	9644,6
Ликеры, сладкие наливки, спиртовые настойки, другие спиртные напитки	11	5	4
<b>Вино виноградное</b>	3006	3044,9	3780,8
Коньяк	191	420	644
Пиво	4474	3505,7	-
<b>Итого</b>	11270	14144,2	14073,4

Динамика производства вин по Крыму представлена на рис.2.

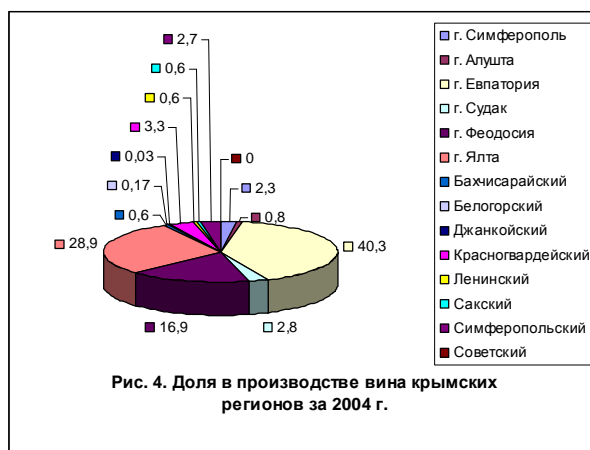
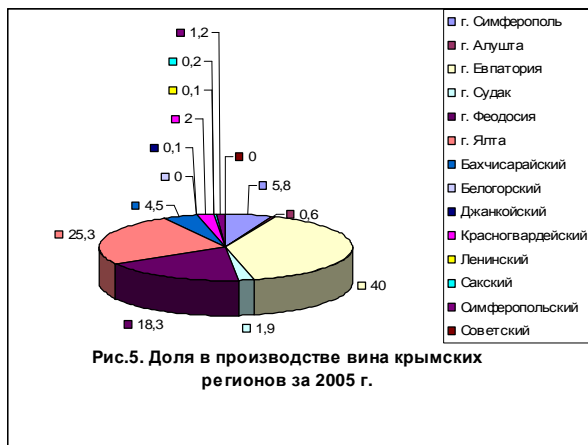
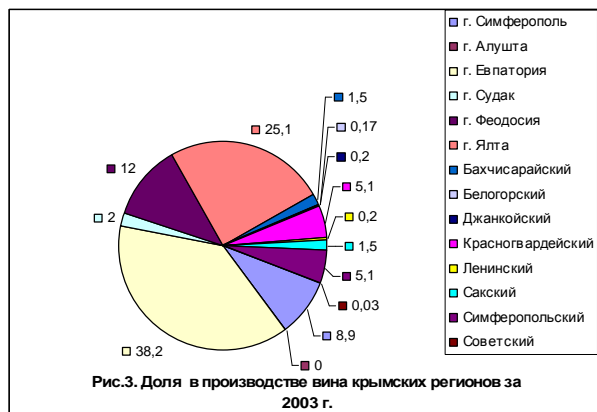


Производство виноградного вина по регионам Крыма представлено в табл.3.

**Таблица 3.** Производство вина виноградного по регионам Крыма за 2003 – 2005 гг. тыс.дал

Регионы	2003	2004	2005
Автономная Республика Крым	3006	3044,9	3780,8
г. Симферополь	269	71,5	221
г. Алушта	-	24	22
г. Евпатория	1148	1227	1513,7
г. Судак	60	86	72
г. Феодосия	359	516	693
г. Ялта	755	880,2	958
Районы			
Бахчисарайский	44	16,5	171,1
Белогорский	5	4	-
Джанкойский	6	1	3
Красногвардейский	154	101	71
Ленинский	6	17,35	5,3
Сакский	46	17,35	5,7
Симферопольский	153	83	45
Советский	2	-	-

Доля этих регионов в общем объеме производства Крыма за 2003 – 2005 гг. представлена на рис. 3, 4, 5.



Как видно по данным рисунков 3,4,5 лидерами в виноделии Крыма являются г. Евпатория, г. Ялта и г. Феодосия, в числе последних находятся Белогорский, Джанкойский, Ленинский, Советский районы [5].

**Выводы.** Анализ данных Госкомстата показал, что в последнее время ситуация в некоторой степени улучшается: вследствие усилий виноделов (проведения рекламных кампаний, дегустаций) повышенным спросом начали пользоваться марочные вина, а также вина, имеющие свой бренд, но все же предложение вин остается низким, впрочем как и культура потребления вин. Выходом из тупиковой ситуации является дифференциация стоимости лицензий, которая позволит выжить мелким производителям вина, а не превратить их в поставщиков виноматериалов и создание винной инспекции, которая могла бы контролировать процесс сбора винограда и препятствовать фальсификации вин.

**Істочники и література**

1. Варвинец С. В тихом омуте. //Бизнес. 04.07.05.
2. Дикаленко М. Тихо сам с собою.//Бизнес. 24.04.06.
3. Денисенко В. Верхняя полка.// Бизнес 04.10.04.
4. Московчук Э. Великое брожение.//Бизнес 22.05.06.
5. Статистичний щорічник за 2005 р.

**Сухановська О.М.**

**КОРПОРАТИВНА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

**Постановка проблеми.** Сьогодні все більше керівників українських підприємств розглядають застосування інформаційних технологій як можливість підвищення ефективності свого бізнесу. Це є віддзеркаленням певного етапу розвитку України в період розвитку трансформаційної економіки: зростає значущість конкуренції; підприємства і організації шукають додаткові засоби підвищення рентабельності бізнесу. А інформаційні технології — це свого роду „рятувальний круг” у діяльності підприємств, підбір та пристосування ряду параметрів для досягнення максимальної ефективності роботи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Процес автоматизації та інформатизації процесу виробництва та управління підприємствами на сьогоднішній день вивчається такими відомими економістами, як Л.Єжова, І.Вовчак, Ю.Лисенко, В.Маслов, Ю.Мариничев, А.Страхарчук, І.Успенський, Г.Титоренко.

За оцінками експертів наша країна суттєво відстає за показниками інформатизації від розвинутих західних держав. Постійно зростаюча складність і динамічність виробничих, економічних і соціально-економічних систем, великі розміри цих систем, складність їх зв'язків і взаємозв'язків, колосальні обсяги обчислювальних робіт при плануванні, прогнозуванні й прийнятті управлінських рішень – такі підстави для широкого впровадження інформаційних систем і технологій в практику повсякденного життя.

**Ціль статті.** Для успішного розвитку компанії є дві необхідні умови: наявність конкурентних переваг і ефективної організації (системи управління). Система управління повинна дозволяти максимально швидко реагувати на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища і управляти ходом досягнення цільових показників (управління змінами). Крім того, організація повинна вирішувати ще одну важливу задачу - збереження стабільності, утримання належного стану. Ця задача звичайно розв'язується за допомогою адміністративних механізмів і інформаційних технологій (ІТ).

**Виклад основного матеріалу.** Інформаційні технології на сьогоднішній день представлені великою різноманітністю як по інтелектуальному і системотехнічному складу, так і за областями застосування і організаційними формами функціонування. Не дивлячись на очевидні позитивні тенденції в розумінні можливостей ІТ для бізнесу, сьогодні не спостерігається кардинального підвищення попиту українських компаній на ІТ-послуги і збільшення числа успішних для основного бізнесу ІТ-проектів. Топ-менеджмент українських компаній, як і раніше, обережно відноситься до ІТ. В цьому виявляється і специфіка сучасного етапу розвитку України, і, деяким чином, український менталітет. По суті, інформаційні технології не дають можливість підвищити ефективність бізнесу. Чудес не буває, і якщо на підприємстві погано організовані бізнес-процеси, компанія має некваліфіковане керівництво, ніякі інформаційні технології не врятують її від розорення

Офіційного, або суспільно визнаного визначення терміну "Корпоративна інформаційна система" (КІС) не існує. Проте, не претендуючи на істину в останній інстанції, спробуємо це зробити:

КІС - комплекс програм або програмна система, що забезпечує основні бізнес-процеси в компанії.

Як впливає з визначення, КІС можна одночасно розглядати і як об'єкт інфраструктури корпорації, що забезпечує її функціонування, і як управлінську технологію. У минулому замість терміну КІС широко вживався інший - АСУП (автоматизована система управління підприємством). Проте АСУП часів СРСР мали мало загального з сучасними КІС: соціалістична економіка наклала свій відбиток на АСУП, багато в чому дискредитувавши термін.

КІС підрозділяються на наступні види:

**Види корпоративних інформаційних систем**

Види	Характеристика	Функції
Локальні системи	Призначені для автоматизації обліку поодинокі або декільком напрямом (бухгалтерія, збут, склади, облік кадрів і т.ін.). Підходять для використання будь-якому підприємству, є універсальними	- облікові; - управління фінансовими потоками;
Фінансово-управлінські системи	Гнучко настроюються на потреби конкретного підприємства, добре інтегрують діяльність підприємства, є універсальними	- облік і управління ресурсами невиробничих компаній; - базові можливості управління підприємством
Середні інтегровані системи	Призначені для управління виробничим підприємством і інтегрованого планування виробничого процесу. Ланцюжок планування "збут - виробництво - закупівлі" є ядром цих систем. Підрозділи підприємства (фінанси, бухгалтерія, маркетинг і ін.) будують свою діяльність, спираючись на дані цього ланцюжка	- облікові;