

Аблязова С.А.

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ КРЫМА

*Постановка проблемы.* Виноградарско-винодельческая отрасль Крыма имеет приоритетное значение в АПК Крыма. Однако современное состояние экономики Украины, обусловленное переходным периодом к становлению рыночных отношений, негативно отразилось на состоянии отрасли. В 50-е годы XX века были произведены массовые посадки виноградников. В Крыму по состоянию на 01.01.1961 года имелось 145,9 тыс. гектаров виноградников (справочно на 01.01.2003г. – 38,1 тыс. га).

В постперестроечный период виноградарско-винодельческая отрасль находилась в трудном положении из-за потерянных рынков сбыта реализации продукции в странах СНГ, не проводились маркетинговые исследования, не осуществлялась пропаганда крымских вин, получивших мировое признание. В настоящее время ситуация немного улучшилась, однако проблема повышения конкурентоспособности продукции виноградарско-винодельческой отрасли Крыма все еще является актуальной.

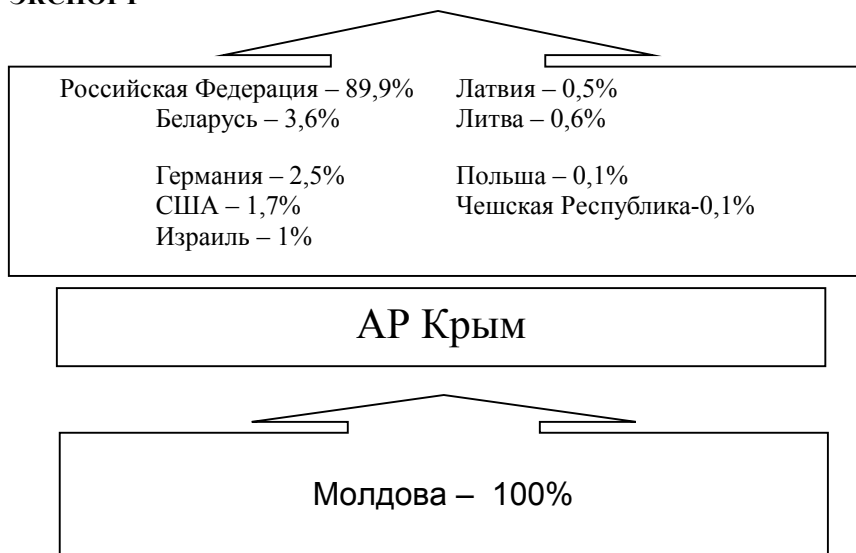
*Анализ публикаций* свидетельствует о том, что ряд работ посвящены вопросам совершенствования ценообразования в виноградарстве [1], стратегии управления виноградарско-винодельческим комплексом [2], методологическим аспектам оценки экономической эффективности агропромышленных формирований [3]. Однако проблемы повышения конкурентоспособности винодельческой продукции Крыма в комплексе изучены недостаточно и требуют наиболее полного рассмотрения, что и обуславливает актуальность темы.

*Цель статьи.* Рассмотреть тенденцию развития виноградарско-винодельческой отрасли Крыма, проанализировать конкурентоспособность винодельческой продукции и предложить пути ее повышения.

В последние годы республика стала терять позицию лидера на рынке отечественного виноделия. Если в 1995 году продукция виноделов АРК составляла треть (30,2%) всего производства вина в Украине, то в 2000 году – только четвертую часть (22,2%). Тогда как виноделы Одесской области увеличили свое долевое участие в общеукраинском производстве вина с 25,2% - в 1995г. до 29,2% - в 2000г.

На протяжении последних лет в Автономной Республике Крым наблюдается снижение объемов внешней торговли вином, при сохраняющемся положительном сальдо. По данным Государственной таможенной службы Украины, внешнеторговый оборот вина в АРК за 2002г. составил 6133,8 тыс. долл. США, что на 23,6% ниже, чем в 2001г. При этом объемы экспорта уменьшились на 20,7%, импорта – увеличились в 17,9 раза и составили соответственно 6116 тыс. долл. США и 17,8 тыс. долл. США.

### ЭКСПОРТ



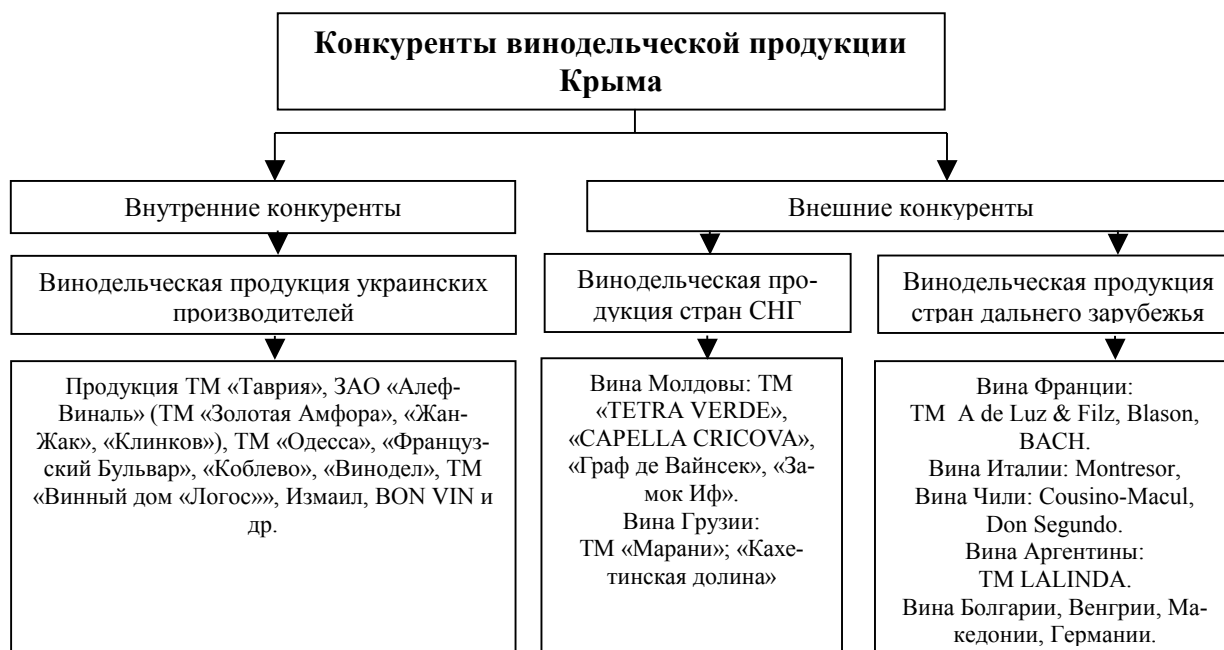
### ИМПОРТ

**Рис.1.** Схема внешней торговли вином в АР Крым в 2002г. [4].

В 2002 году предприятия АР Крым экспортировали вино в девять стран мира, более 94,5% общего объема вина экспортировано в страны СНГ (Беларусь и Россия). В 2003 году вино экспортировано в четыре страны мира; 99% объема экспортных поставок приходится на Российскую Федерацию.

Снижение вывоза за рубеж вина в 2002 г. произошло за счет уменьшения поставок в Российскую Федерацию (на 1294,4 тыс.долл. США – в 2002 г.), Германию (на 254,8 тыс.долл. США), а также за счет прекращения поставок вина в Объединенное Королевство, Беларусь, Израиль, США [4].

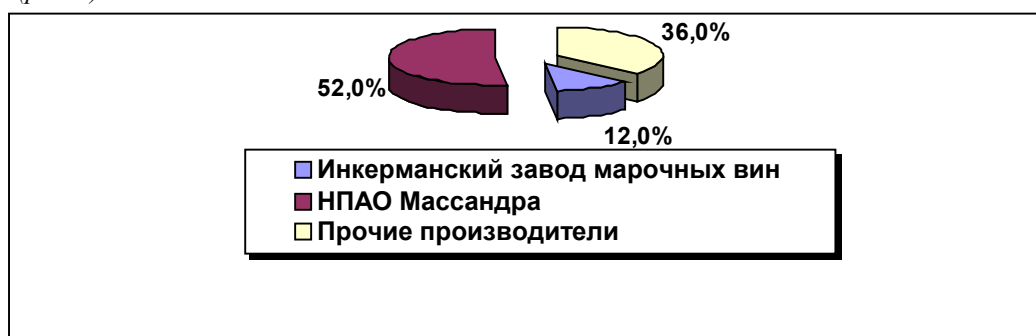
Основных конкурентов крымских вин можно разделить на 2 группы и представить схематически на рис.2.



**Рис.2.** Основные конкуренты винодельческой продукции Крыма

Конкурентами на рынке алкогольных напитков Украины, в целом, и Крыма, в частности, стали виноделы Молдовы, Грузии, Германии, Франции, Италии, Аргентины, Болгарии, Венгрии, Македонии, Чили и др. По качественным характеристикам, несмотря на оформление по мировым стандартам, заграничная продукция, очень часто, отличается от отечественной: под видом шампанского к нам поступают шипучие вина, вместо виноградного вина – напитки на основе винограда, марочные коньяки, к которым привык украинский потребитель, заменены на брэнды. Эти напитки на отечественном рынке явились более конкурентоспособными за счет внешнего оформления и европейского имиджа.

Самым массовым рынком сбыта отечественной винопродукции остается Россия и другие страны – бывшие республики СССР. Одна из вероятных причин нынешней активизации экспортеров – обострение конкуренции на внутреннем рынке и поиск новых (или “хорошо забытых” старых) рынков сбыта. Также значащими рынками сбыта крымского виноградного вина являются Германия, Беларусь, Австрия, США, Израиль, Польша и Чехия. Лидером среди крымских виноделов-экспортеров был и остается *НПАО “Массандра”* (рис.2.).



**Рис.3.** Основные экспортеры тихих вин в Украине в 2003 г.

Специфика виноградарско-винодельческой отрасли обуславливает особенности функционирования рынков как конечной, так и промежуточной продукции. Рост предложений в количественном измерении и качественных характеристиках должен осуществляться на основе роста и продуктивных изменений спроса и предложения на виноград в свежем виде, виноградное сырье, вина и другие напитки виноградного происхождения. Следует учитывать, что мировой рынок сбалансирован по насыщенности виноградарско-винодельческой продукции. В стратегических планах развития виноградарско-винодельческого подкомплекса Украины и Крыма это особенное состояние конъюнктуры мирового рынка целесообразно учитывать и основное внимание уделять формированию конкурентоспособного внутреннего рынка страны, так как именно он играет главную роль в экономическом развитии.

Более 90% произведенного в Украине виноградного вина реализуется внутри страны. Однако предприятиям следует наращивать объемы производства отечественной винопродукции с таким расчетом, чтобы не только удовлетворить потребности внутреннего рынка вина, а и выйти на рынки вина, коньяков и шампанского стран ближнего и дальнего зарубежья.

Основным направлением экспорта должны быть качественные вина и коньяки по доступной для по-

ребителя цене. Целесообразно развивать маркетинговую систему на основе глубокого изучения конъюнктуры внешних рынков и их потенциальный спрос на тот или иной вид продукции. Такая маркетинговая система должна развиваться с поддержкой государства, быть прозрачной и доступной всем субъектам рынка. Производство винопродукции при эффективном его регулировании государством в состоянии обеспечивать значительную часть поступлений в бюджет страны, тогда как в настоящее время ее часть составляет лишь немного больше 5%.

Однако можно отметить, что потребление вина в Украине увеличивается. Так, по некоторым прогнозам, рынок потребления вина ежегодно будет расти на 10% в основном за счет уменьшения потребления водки [5], постепенное изменение структуры потребления алкоголя, вызванной стабилизацией экономической ситуации в стране и ростом платежеспособного спроса, постепенной легализацией теневого сектора виноделия и виноторговли, что обусловлено высоким уровнем конкуренции на смежном быстрооборачиваемом рынке водки и т.д. [6].

Реальное производство вина в Украине в 2003 г. составило 20,8 млн. дал, в Крыму – 3019 тыс. дал. А с учетом импорта и теневого сектора жители Украины употребили приблизительно 24–25 млн. дал, жители Крыма – 3600–3730 тыс. дал. тихих виноградных вин, или приблизительно по 5 л на душу населения [7]. Таким образом, в будущем при условии сохранения существующей на протяжении последних лет динамики производства, потребление вина может достичь до 2010–2011 гг. – 50–52 млн. дал, или 10–10,5 л на человека в год. Этот показатель вплотную приближается к уровню докризисного 1980 г.

Что касается современной структуры продаж, то 60% составляют вина крепленые, а 40% столовые (в физическом выражении) [8]. Однако существует тенденция к уменьшению части крепленых вин и соответствующему увеличению столовых. В структуре потребления красные крымские вина являются более распространенными, а среди красных сортов винограда, из которых изготавливаются вина выделяют “Мерло”, “Каберне”, “Саперави”, «Бастардо» и др. Среди белых – “Шардоне”, “Совиньон”, “Ркацителли”, “Фетяска”, “Тамянка” и др. Учитывая общемировые тенденции потребления вина и дефицит сырья для производства сортовых вин в будущем, следует увеличивать площади под высококачественными европейскими сортами. В настоящее время большинство винодельческих предприятий республики специализируется на производстве крепленых и десертных вин (НПОА «Массандра», Белогорский винзавод, Первомайский винзавод, совхоз-завод «Солнечная долина» и др.).

Столовые ординарные вина производятся многими производителями Украины, а столовые марочные (выдержанные 1,5-3 года) – в основном, «Инкерманским заводом марочных вин» и ЗАО «ЗМВК «Коктебель». Ассортиментный ряд этих торговых марок наиболее широкий, он охватывает все группы вин (столовые и крепленые), тогда как, например, в ассортименте вин ТМ «Золотая амфора», «Французский бульвар» большую часть составляют столовые вина.

По показателям численной дистрибуции производителей вина в г. Симферополе выделяются четыре основных производителя: ТМ «Массандра», «Инкерман», «Коктебель» и «Золотая амфора».

**Выводы.** С целью повышения конкурентоспособности винодельческой продукции Крыма целесообразно:

- увеличивать площади под высококачественными европейскими сортами;
- в структуре экспорта следует увеличивать часть высококачественных столовых вин (прежде всего красных);
- развивать маркетинговую систему на основе глубокого изучения конъюнктуры внешних рынков и их потенциальный спрос на тот или иной вид продукции. Такая маркетинговая система должна развиваться с поддержкой государства, быть прозрачной и доступной всем субъектам рынка;
- создать разветвленную сеть, организованной винзаводами или их объединениями, фирменных магазинов, методических кабинетов и дегустационных залов;
- необходимо объединить усилия контролирующих и правовых органов на борьбу с фальсификацией винодельческой продукции, которая не только дестабилизирует общество, компрометирует крымское виноделие, но и подрывает экономику Украины в целом. Для наведения порядка в борьбе с фальсификацией было бы целесообразно при Министерстве аграрной политике создать специальную комиссию, которая занималась бы этими вопросами;
- воспитание у украинского потребителя интереса к высококачественной винопродукции (с целью уменьшения потребления водки и водочных изделий, которые являются вредными для здоровья);
- рациональное объединение коллективной и индивидуальной рекламы (в прессе, на радио, телевидении, выставках-ярмарках, конкурсах, фестивалях, разнообразных праздниках и дегустациях, в винных клубах и др.).

Повышению конкурентоспособности винодельческой продукции будет способствовать и организация в Крыму, так называемого, «винного туризма».

#### **Источники и литература**

1. Гаркуша О.М. Удосконалення ціноутворення у виноградарстві // Вісник аграрної науки. – 2002. – №1. – С.76–77.
2. Козенко В.В. Стратегія управління виноградарсько-виноробним комплексом // Економіка АПК.–2003. – №4. – С. 27–32.
3. Червен І.І., Червен Е.В., Чебан О.О. Методологічні аспекти оцінки економічної ефективності агропромислових формувань // Економіка АПК. – 1998. – №5. – С.35–37.
4. Экономический доклад «Обзор рынка вина и виноделия в АРК», подготовленный Главным управлением статистики в АР Крым от 30.09.2003 г.

5. Коваленко Ю.С. Концептуальні основи організації сільськогосподарського ринку в Україні // Соціально-економічна ситуація та шляхи подолання кризового стану в агропромисловому комплексі України. – К.: ІАЕ, 1999. – С.150–155.
6. Годовой торговый обзор рынка тихих вин. - <http://www.ukrwine.kiev.ua/news/zabor.php?nid=200>
7. Винный выбор Украины – потерянная перспектива? - <http://www.ukrainian-wines.com/news/38/>
8. Столовые вина на нашем столе. - <http://www.ukrainian-wines.com/news/31/>

**Астафьев Д.С.**

## **ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ РЕКРЕАЦИОННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ**

Постановка проблемы. Рекреационные учреждения имеют целью способствовать воспроизводству физических, интеллектуальных и эмоциональных сил человека. Рекреация необходима как с точки зрения индивидуума, так и с позиции государства, которое для своего развития должно позаботиться о воспроизводстве трудовых ресурсов общества.

Управление финансами санаторно-туристического комплекса имеет две позиции: а) государственное регулирование функционирующих рекреационных учреждений разных форм собственности; б) управление финансами санаторного или туристического учреждения.

Центральное место в этой статье занимает теория управления финансами в двух указанных направлениях.

Содержание статьи входит в план НИР Крымского государственного инженерно-педагогического университета.

Литературный обзор по теме исследования. Маслова Р.А.[1] считает, что можно управлять финансовой сферой санаторно-курортного комплекса. Но это утверждение не совсем правильно. Дело в том, что в условиях становления рыночных отношений и полной самостоятельности субъектов рынка санаторно-курортных услуг, обладающих разными формами собственности, финансовую сферу их деятельности можно только регулировать. Каждое учреждение санаторно-туристической отрасли является субъектом рыночной экономики и живет на принципе самофинансирования. Правильно рассмотрены в книге Живицкого А.В. вопросы ценообразования на продукцию и услуги санаторно-курортных и туристических учреждений, организация материально-технического снабжения и сбыта, отдельные элементы налоговой системы, социальная защита работников и ряд других аспектов [2]. В книге Хаксвера К. верно подчеркнута, что при формировании и реализации валютно-финансового налогового механизма функционирования организационных формирований рекреационного назначения следует учитывать показатели экономического эффекта от деятельности рекреационных учреждений, а также убытки от деградации естественных ресурсов [3].

Мы придерживаемся точки зрения Куценко И., что «характерной особенностью экономической эффективности деятельности рекреационных предприятий является их прямая зависимость не только от финансовой политики, которая проводится государством в сфере рекреационных услуг, но и от успешности проведения общегосударственной бюджетно-финансовой политики [4]. Из анализа точек зрения авторов следует вывод, что понятие государственного регулирования санаторно-курортного комплекса и управления финансами рекреационных учреждений требует дополнительного исследования.

Целью статьи является теоретическое обоснование принципов управления финансами учреждений и принципов государственного регулирования санаторно-курортного комплекса.

Санаторно-курортное лечение и туристский отдых направлен на активизацию обменных процессов, происходящих в человеке, с помощью воздушно-солнечных ванн, морских целебных купаний, естественных песочных ванн и в случае необходимости грязевых аппликаций, использования минеральных источников. Огромное эмоциональное воздействие на психику, нервную систему уставшего или больного человека оказывают морские и горные пейзажи, экзотическая тропическая растительность, посещение памятников культуры и истории. Отдыхающие сами того, не замечая, принимают от природы успокаивающие средства – бром, аэроионы, соли и другие вещества, необходимые организму для борьбы с их недугами.

В системе этапной реабилитации (больница-поликлиника-курорт), санаторно-курортное лечение – это неотъемлемая часть единой системы охраны здоровья и важнейшее звено в комплексе лечебно-профилактических заболеваний, восстановления трудоспособности и укреплению здоровья населения.

Несмотря на процветание отдельных здравниц, в целом санаторно-курортное хозяйство находится в сложном финансовом состоянии.

По данным Украинского НИИ курортологии эффективность комплексных оздоровительных мероприятий при анализе десятков тысяч человек установлено, что 11,8 % – больных выписались со значительными улучшениями, 85,8 % – с улучшениями, 2,2% – без существенных изменений и только 0,2% больных имели некоторые ухудшения связанные с присоединением простудных заболеваний, появлением гипертонических кризов.

Доказано, что экономический эффект с учетом затрат по лечению, социального страхования составляет 400 грн. на каждые 100 грн, вложенных в осуществление реабилитации по сравнению с обычной терапией.

Наибольший эффект после лечения в санатории наблюдался в группе больных, болеющих хроническим гастритом. Количество дней нетрудоспособности сократилось в три раза. Грязелечение в санаторно-курортных условиях ревматоидного артрита показало, что 82% наблюдаемых больных сохранили свою профессиональную работоспособность.