

УДК 339.137.2:658

**Аблязова С. А.**

### **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВИНОПРОДУКЦИИ КРЫМА**

***Аннотация.** В статье раскрыты современные конкурентные позиции крымских винодельческих предприятий на российском рынке, выявлены основные проблемы повышения конкурентоспособности отечественной винопродукции на данный момент, разработана методика оценки конкурентоспособности, а также были предложены пути решения существующих проблем и выхода из сложившейся ситуации для предприятий виноградарско-винодельческой отрасли Крыма.*

***Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, виноградарско-винодельческая отрасль, винопродукция, качество.*

**Аблязова С. А.**

### **ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИНОПРОДУКЦІЇ КРИМУ**

***Анотація.** У статті розкриті сучасні конкурентні позиції кримських виноробних підприємств на російському ринку, виявлено основні проблеми підвищення конкурентоспроможності вітчизняної винопродукції на даний момент, розроблена методика оцінки конкурентоспроможності, а також були запропоновані шляхи вирішення існуючих проблем і виходу зі сформованої ситуації для підприємств виноградарсько-виноробної галузі Криму.*

***Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність, виноградарсько-виноробна галузь, винопродукція, якість.*

**Ablyazova S. A.**

### **ENHANCING COMPETITIVENESS OF WINEMAKING OF CRIMEA**

***Summary.** The current competitive position of the Crimean wine-making enterprises in the Russian market is revealed, the basic problems of domestic product competitiveness at the moment are defined, the technique of competitiveness estimation is developed, and the ways of solving the existing problems are suggested and the way out of the situation for enterprises in the wine industry of the of Crimea is revealed in the*

*article. The tools for the strategic objectives of improving the wine products competitiveness through an integrated approach to their assessment are developed to ensure the effective development of the grape and wine industry of Crimea. The paper draws conclusions about the advantages and disadvantages of wine products evaluated in comparison with analogues, as well as suggestions on measures to be taken to improve the situation at the market.*

**Key words:** *competition, competitiveness, winemaking, viticulture and winemaking industry, quality.*

**Постановка проблемы.** Обеспечение производства более конкурентоспособной винопродукции обуславливает необходимость проведения исследования конкурентоспособности на стадии разработки, создания нового бренда; и в дальнейшем, следует периодически проводить анализ конкурентоспособности уже на стадии производства и реализации, сравнивая ее с аналогами, чтобы иметь возможность формирования ассортимента более конкурентоспособной продукции. В этих условиях возрастает необходимость четкого отслеживания уровня конкурентоспособности винопродукции с целью выявления ее наиболее слабых и сильных сторон и принятия соответствующих управленческих решений. Это становится актуальной задачей теории и практики управления винодельческим предприятием.

**Анализ публикаций.** Проблемы развития и эффективного функционирования виноградарско-винодельческой отрасли Крыма отражены в трудах А. М. Авдзбы, А. Н. Бузни [1], Г. Г. Валуйко, С. В. Додонова [2], Т. И. Ломаченко, И. Г. Матчиной [3], В. А. Рыбинцева [4], Е. П. Шольц-Куликова [5] и др. Однако вопросы повышения конкурентоспособности виноградарско-винодельческой отрасли детально ими не рассматривались.

**Целью статьи** является разработка инструментария для решения стратегических задач повышения конкурентоспособности винопродукции на основе комплексного подхода к ее оценке, направленного на обеспечение эффективного развития виноградарско-винодельческой отрасли Крыма.

**Изложение основного материала.** Специфичность винопродукции, связанная с субъективностью потребительских оценок качества, приверженностью потребителей к определенным брендам и типа продукции, эластичностью спроса на винопродукцию, зависимости от многих факторов окружающей среды и рядом других специфических особенностей винопродукции как товара, вызывают необходимость выработки особых подходов к оценке конкурентоспособности данного вида продукции, которые в экономике виноделия разработаны недостаточно.

На конкурентоспособность винопродукции значительное влияние оказывает сортовой состав виноградных насаждений. На сегодняшний день в Крыму выращиваются районированные сорта винограда.

Согласно данным сельскохозяйственных предприятий, занимающихся выращиванием винограда, основные технические сорта в существующих насаждениях – это Ркацители, Каберне, Совиньон зеленый, Алиготе, Мерло, Рислинг Рейнский; столовые сорта – Ранний Магарача, Мускат Италия, Мускат Гамбургский, Мускат Янтарный, Кардинал, Молдова. Серьезный акцент делается на комплексно-устойчивые сорта, которые характеризуются повышенной устойчивостью к болезням, корневой форме филлоксеры, морозу, использование которых, возможно, и позволит производить более конкурентоспособную по цене винопродукцию, так как её производство требует значительно меньших энерго- и трудовых затрат.

Можно согласиться с учеными [6], утверждающими, что оптимизация сортового состава виноградников, внедрение новых перспективных сортов, способствующих снижению удельных затрат на производство винограда и, как следствие, винопродукции, – одно из реальных направлений стабилизации и повышения эффективности отрасли. Однако нельзя забывать, что виноград – это растение местности.

Еще Колумелла – древнейший писатель по сельскому хозяйству – отмечал, что «всякий район, всякий уголок его обладает сортами винограда ему свойственными, которым он дает свое название. Перенесенные в другие районы сорта получают там свои названия и меняют там свое качество...» [7].

Поэтому необходимо отметить, что сорта винограда местного происхождения (аборигенные) являются, как правило, более приспособленными к природным условиям Крыма и позволяют выпускать уникальную винопродукцию, что позволит выделить крымскую продукцию на внешнем рынке.

Высококачественные аборигенные сорта в Крыму размещены небольшими площадями по основным зонам производства, в частности Судакского района (табл. 1).

Таблица 1.

Аборигенные сорта винограда Судакского района на 01.01.14 г.\*

Наименование сорта	Всего		в т. ч. плодоносящие		
	площадь, га	валовой сбор, т	площадь, га.	урожайность, ц/га	валовой сбор, т
Кефесия	28,4	42,7	27,9	15,3	42,7
Эким кара	19,8	29,0	18,6	15,6	29,0
Джэват кара	2,3	12,5	2,1	50,0	10,5
Кок пандас	3,0	8,8	3,0	29,3	8,8
Сары пандас	3,4	12,4	3,3	29,7	9,8
Крона	5,3	12,7	4,9	26,0	12,7
Солдайа	1,0	0	0	0	0
Солнечнодолинский	1,6	2,3	1,5	15,3	2,3
Капсельский белый	1,0	1,2	0,8	15,0	1,2
Кокур белый	26,0	78,0	24,3	32,1	78,0
Шабаш	11,1	29,6	11,1	26,7	29,6
Чауш	2,0	4,4	2,0	17,2	3,4
Всего аборигенных сортов	105,1	233,6	99,5	22,7	228
Всего сортов	320,3	696,2	198,0	31,2	617,0
Удельный вес аборигенных сортов, %	32,8	33,6	50,3	–	36,9

\*Таблица составлена автором по данным ОАО «Солнечная Долина».

Винодельческую отрасль Крыма характеризуют показатели объемов производства и реализации основных видов винопродукции. Однако, рассматривая конкурентоспособность винопродукции, необходимо также изучить

тенденцию производства и реализации товаров-субститутов, в качестве которых выступают водка и ликеро-водочные изделия (включая слабоалкогольные напитки), а также пиво (табл. 2).

Таблица 2.

Динамика производства винопродукции и товаров-субститутов в Крыму за 1985–2012 гг.\*

Наименование продукции / Годы	Коньяк, тыс. дал.	Вино виноградное, тыс. дал.	Вино «Шампанське», тыс. дал.	Водка и ликеро-водочные изделия, тыс. дал.	Пиво, тыс. дал.
1985	160	8762	183	1180	10672
1990	246	3934	160	–	9087
1995	103	4172	169	2507	3145
2000	178	2089	129	2588	2693
2001	206	2316	109	4594	3494
2002	164	2723	60	4113	4194
2003	191	3006	70	3588	4474
2004	420	3045	80	7169	3506
2005	644	3867	91	8524	5682
2006	765	5091	97	5571	5145
2007	1064	6333	**	4416	**
2008	1331	6761	**	5425	**
2009	1039	7846	**	4369	**
2010	836	7377	**	4594	1858
2011	1074	5113	230	4743	2172
2012	1250	4322	174	5479	3040
2013	1587	4308	247	5597	2955

\*Таблица составлена автором по данным Территориального органа Федеральной службы Государственной статистики по Республике Крым [8].

В целом по Крыму производство всех видов винопродукции за период с 1985 г. по 2013 г. менялось неравномерно и устойчивой тенденции не просматривается. После постановления по борьбе с пьянством и алкоголизмом с 1986 г. и началом общего кризиса в стране с 1990 г. производство всех видов винопродукции в Крыму резко сократилось: вино виноградное к

1990 г. снизилось с 8762 тыс. дал до 3934 тыс. дал, а к 2000 г. – до 2089 тыс. дал; шампанское, соответственно, – до 160 тыс. дал и 129 тыс. дал. И лишь производство коньяка возросло к 1990 г. до 246 тыс. дал. Вместе с тем объемы производства водки и ликеро-водочных изделий за исследуемый период увеличились и достигли рекордной отметки в 8524 тыс. дал. в 2005 г., затем по-

сле нескольких лет спада вновь стали неуклонно наращиваться. Что касается пива, то его производство тоже сокращалось, и самой низкой отметки оно достигло в 2000 г. – 2693 тыс. дал, однако затем также стало стремительно увеличиваться его производство.

Главной задачей реализации продукции для предприятий виноградарско-винодельческой отрасли Крыма остается освоение новых рынков сбыта, так как опрос ряда основных производителей винопродукции в республике показал, что более 40% (а по отдельным предприятиям более 50%) продукции реализуется на территории Крыма [9].

При анализе конкурентоспособности продукции большое значение имеет детальный анализ каналов распределения винопродукции. Уровень канала распределения обусловлен числом посредников, назначение которых – обеспечить выполнение той или иной работы по приближению винопродукции к потребителю. Так как в большинстве своем продукция, производимая предприятиями виноградарско-винодельческой отрасли Крыма, имеет широкий ассортимент, экономическая целесообразность диктует применение более сложных каналов реализации. Практика крупнейших производителей винопродукции показывает, что наиболее сложные каналы для реализации продукции могут оказаться самыми эффективными. Когда несколько посредников эффективно выполняют специализированные функции, издержки могут быть ниже, чем в случае, когда один посредник ответствен за их реализацию во многих районах.

Все предприятия виноградарско-винодельческой отрасли Крыма стремятся к развитию дистрибьюторской сети или созданию собственной торговой сети на территории стран СНГ. Однако развитие системы сбыта готовой продукции требует значительных материальных затрат. Доминирующей моделью дистрибуции винопродукции в Крыму являются не прямые продажи. Причем в последнее время наметилась тенденция к фокусному продвижению продукции через дистрибьюторов в крупных городах. На рынке винопродукции в последнее время отмечается тенденция расширения географии продаж, построения дистрибьюторских сетей на территории стран СНГ.

Особую значимость в системе управления предприятиями виноградарско-винодельческой отрасли представляет умение верно оценить конкурентоспособность выпускаемой винопродукции. Перед началом серийного выпуска новой винопродукции целесообразно проводить оценку ее будущей конкурентоспособности на рынке. Основной целью оценки конкурентоспособности на этапе сбыта является определение средств стимулирования ее сбыта, она позволяет определить, по каким параметрам оцениваемая винопродукция лидирует, а по каким отстает. По результатам оценки производители вносят необходимые коррективы в оцениваемый продукт.

Оценке конкурентоспособности винопродукции предшествуют определение цели разработки винопродукции и стимулирования ее сбыта (табл. 3).

Таблица 3.

Некоторые цели разработки винопродукции и стимулирования ее сбыта\*.

Цели		
стратегические	специфические	разовые
<i>Некоторые цели разработки новой винопродукции</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- расширить ассортимент;</li> <li>- увеличить число потребителей;</li> <li>- завоевать региональный рынок;</li> <li>- завоевать национальный рынок;</li> <li>- завоевать международный рынок.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оказать противодействие конкурентам;</li> <li>- заменить выпуск невыгодной винопродукции новой.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- извлечь выгоду из ежегодных событий (Новый год, Рождество и т. д.);</li> <li>- воспользоваться отдельной благоприятной возможностью (годовщина создания производителя, открытие нового филиала и т. п.).</li> </ul>
<i>Некоторые цели стимулирования сбыта винопродукции</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- увеличить число потребителей;</li> <li>- увеличить количество винопродукции, приобретаемой одним потребителем;</li> <li>- увеличить оборот до показателей, намеченных в плане маркетинга;</li> <li>- выполнить показатели плана продаж винопродукции.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ускорить продажу наиболее выгодной винопродукции;</li> <li>- повысить оборачиваемость определенной винопродукции;</li> <li>- избавиться от излишней винопродукции;</li> <li>- оказать противодействие возникшим конкурентам;</li> <li>- оживить продажу винопродукции, сбыт которого переживает застой.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- извлечь выгоду из ежегодных событий (Рождество, Новый год и т. д.);</li> <li>- воспользоваться отдельной благоприятной возможностью (годовщина создания производителя, открытие нового филиала и т. п.);</li> <li>- поддержать рекламную компанию.</li> </ul>

\*Составлено автором.

Предлагаемые алгоритмы оценки конкурентоспособности винопродукции на стадии разработки ее производителем и оценки для

стимулирования сбыта практически идентичны, поэтому схематически представим их на рис. 1.

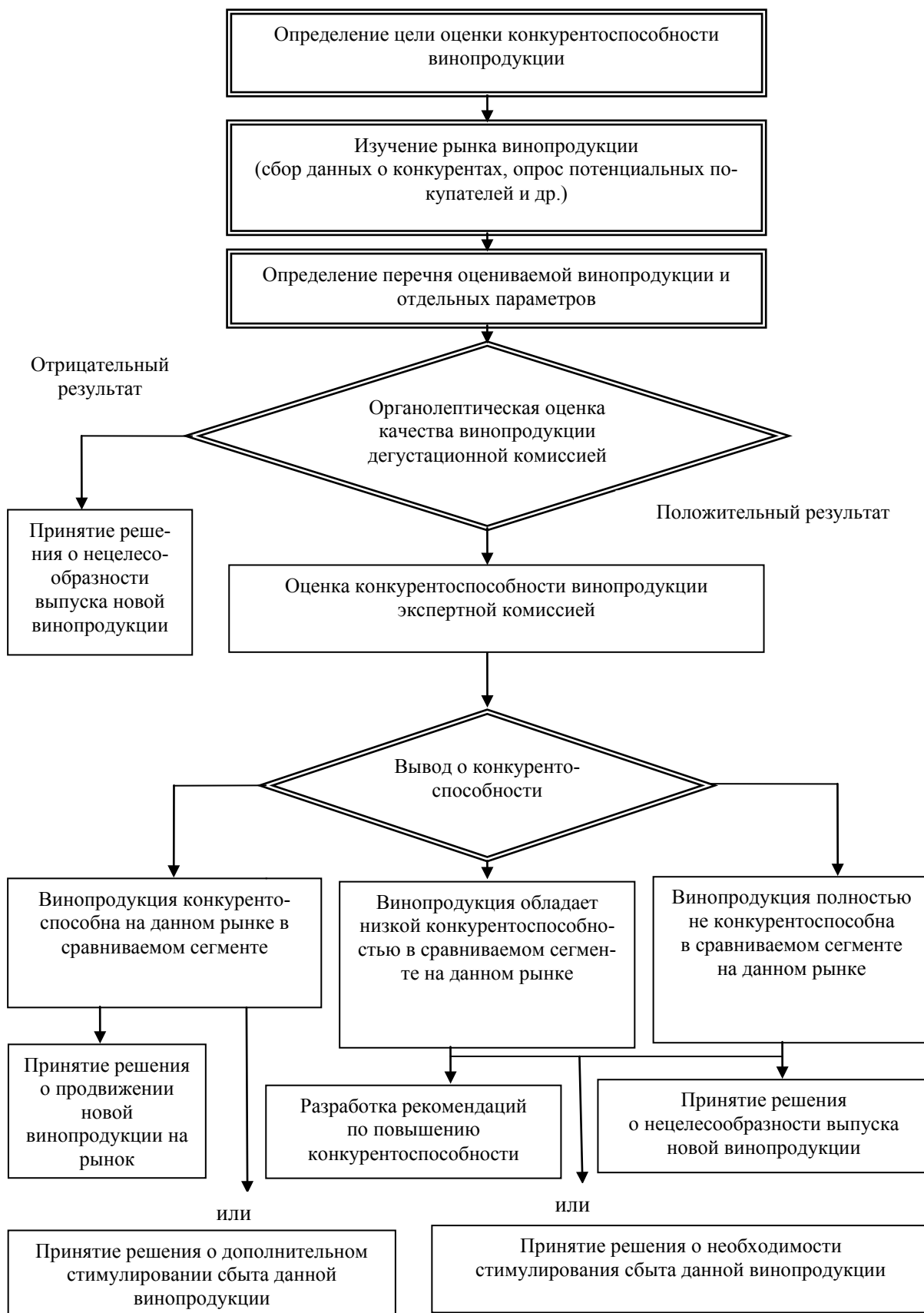


Рис. 1. Предлагаемый алгоритм оценки конкурентоспособности винопродукции ее производителем на этапе разработки или сбыта\*.

\*Составлено автором.

В результате проведенной оценки конкурентоспособности винопродукции даётся одно из следующих заключений:

- 1) новая продукция конкурентоспособна на данном рынке в сравниваемом сегменте;
- 2) продукция обладает низкой конкурентоспособностью в сравниваемом сегменте на данном рынке;
- 3) продукция полностью неконкурентоспособна в сравниваемом сегменте на данном рынке.

Заключение дополняется выводами о преимуществах и недостатках оцениваемой винопродукции по сравнению с аналогами, а также предложениями о мерах, которые должны быть приняты для улучшения положения её на рынке.

Повышение конкурентоспособности винопродукции Крыма, в частности, и виноградарско-винодельческой отрасли в целом предусматривает осуществление следующих мер:

- в области управления производством: осуществить техническое перевооружение отрасли путём замены морально и технически устаревшего оборудования новым, способствовать снижению стоимости виноматериалов и ограничить их ввоз из-за рубежа;
- в области управления ассортиментом: увеличить объёмы производства столовых вин в связи с тенденцией увеличения их потребления, изменить структуру производства шампанского за счет увеличения объёмов производства сухого шампанского и брютта, при этом сохранив прежние объёмы производства полусухого и полусладкого шампанского, увеличить объёмы производства марочного коньяка, учитывая современные тенденции;
- в области управления качеством: внедрять интегрированные системы качества, разрабатывать долгосрочные планы по качеству производимой винопродукции, постоянно работать над улучшением важнейших показателей качества винопродукции;
- в области кредитной политики: обеспечить льготное кредитование на закупку виноматериалов и закладку виноградников через государственные банки с целью поддержания отечественного производителя винопродукции;
- в области управления ценами и сбытом: согласовывать цены на винопродукцию в отношении к основным товарам-субститутам – водке и пиву, найти заинтересованного партнера, имеющего свои каналы сбыта на рынках стран СНГ и дальнего зарубежья, способствовать повышению культуры потребления винопродукции, развивать винный туризм Крыма;
- в области внешней политики: увеличивать экспорт в страны СНГ, а также выходить на новые рынки сбыта или отдельные ее сегменты; сертифицировать экспортируемую и им-

портируемую винопродукцию на базе ИВиВ «Магарач», сохранить льготное налогообложение на экспортную винопродукцию с целью обеспечения её конкурентоспособности по цене;

- в области инновационной политики: создавать новые виды винопродукции для существующего рынка и возрождать утраченные уникальные марки, в частности, из аборигенных сортов винограда, осуществлять реализацию производимой винопродукции в новом дизайне;
- в области конкурентной политики: проводить систематический анализ информации о потенциальных конкурентах как производителях винопродукции, так и производителях товаров-субститутов, объединить в единую торгово-производственную систему производителей винограда, виноматериалов, готовой винопродукции и торговли.

**Выводы.** Восстановление виноградарства и виноделия Крыма потребует достаточно длительного периода времени, однако возрождение этой отрасли является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Крыма, так как повышение конкурентоспособности крымской винопродукции в дальнейшем будет способствовать росту конкурентоспособности Крыма на международном рынке.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бузни А. Н. Актуальные проблемы виноградо-винодельческого производства Крыма / А. Н. Бузни, И. Г. Матчина // Виноград Вино. – 2003. – № 1. – С. 3–4.
2. Додонов С. В. Потенциал винодельческой отрасли Крыма / С. В. Додонов // Экономика и управление. – 2001. – № 2. – С. 28–30.
3. Матчина И. Г. Проблемы рынка винопродукции / И. Г. Матчина, Д. Б. Волюнкина // Виноградарство и виноделие. – 2005. – № 1. – С. 37–39.
4. Рыбинцев В. А. Маркетинг винограда и вина / В. А. Рыбинцев. – К. : ИАС, 2000. – 347 с.
5. Шольц-Куликов Е. П. Виноделие в Крыму / Е. П. Шольц-Куликов // Виноделие и виноградарство. – 2002. – № 6. – С. 8–10.
6. Авидзба А. М. Экономика виноградарства Крыма: теория и практика функционирования / А. М. Авидзба, С. Г. Черемисина. – Ялта : Адонис, 2003. – 247 с.
7. Иванов А. А. Крымские аборигенные сорта винограда / А. А. Иванов. – Симферополь : Крымиздат (Всесоюзный НИИ виноградарства и виноделия «Магарач»), 1947. – 79 с.
8. Статистическая информация [Электронный ресурс] // Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы Государственной статистики по Республике Крым. – Режим доступа : <http://gosstat.crimea.ru/ukstinf.php>.
9. Обзор рынка вина и виноделия в АРК : экономический доклад // Главное управление статистики в АР Крым. – Симферополь, 2003. – 26 с.