



УДК 634.8 : 339.

*Нізяєва С. А.*¹

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

В статті запропонована схематична модель комплексного підходу в розвитку підприємств виноградарства та виноробства та визначені складові сталого розвитку виноробних підприємств.

¹ Рецензент: д. е. н., професор Ю. А. Криворотько



***Ключові слова:** сталий розвиток, виноробні підприємства, модель комплексного підходу, складові сталого розвитку.*

ВСТУП

Особливість виноробства полягає в необхідності поєднання цільового й, одночасно, адаптованого до ринку управління природними, агробіологічними та економічними ресурсами, а також сучасного технологічного забезпечення провідної галузі – виноградарства. Розв'язанню цих питань присвятив свої праці широкий загал вітчизняних та зарубіжних вчених, у тому числі: Бузні А. Н., Дейнеко Л. В., Лиськов В. [1, 2, 3] та ін.

Разом з тим, проблеми впровадження сталого розвитку виноробних підприємств є слабо розробленою ділянкою всіх рівнів їх фінансово-господарської й управлінської діяльності.

МЕТА І ЗАВДАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою даної статті є визначення шляхів вирішення проблем сталого розвитку підприємств виноградарства та виноробства.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Недосконалість законодавчої бази і державної підтримки, переважання в господарській діяльності політичних інтересів над економічними, зростання масштабів тіньової економіки, а також специфіка галузі визначили стихійний характер перетворень. Відтак, здійснюється деконцентрація виробничих потужностей, розпорошення фінансового, кадрового, науково-технічного потенціалів; зніжується попит споживачів на інноваційні розробки; знижується інвестиційна привабливість та збільшується деградація сировинної бази виноробства.

Виноробство в Україні переживає зараз не кращі часи. Особливість галузі в тому, що у неї порівняно довгий цикл виробництва. П'ять років потрібно тільки на посадку винограду і догляд за ним. Тому питання залучення в галузь „довгих” грошей і їх вартості стоїть достатньо гостро, тим більше що ніде у світовій практиці немає високої рентабельності у виноградарстві і виноробстві.

„Класичним” виноробним підприємством є комплекс з виноградарського господарства, підприємства по первинній переробці винограду і безпосередньо заводу по розливу вина (вторинне виробництво). Така структура побудови бізнесу властива всім розвиненим виноробним ринкам. Але попит на дешеву низькоякісну продукцію поки залишає шанси і фірмам-одноденкам без сировинної бази і власних виробничих потужностей. Хоча ця ланка в ланцюжку „виноградники – виробництво виноматеріалів – розлив готового продукту” найрентабельніша, але без стабільності у постачаннях сировини вона не є гарантією ринкового довголіття.



РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

За останніх 5-6 років ситуація кардинально змінилася. Лідируючі компанії еволюціонують у напрямі створення виноградо-виноробного підкомплексу. А тих, хто орієнтується лише на останню ланку виробничого ланцюжка і сировину, що привезла, стає все менше. В усякому разі - серед провідних операторів ринку. Економічна доцільність "комплексного підходу" очевидна. Концепція виноградо-виноробного підкомплексу АПК в Україні може бути відображена з погляду розвитку підприємства таким чином (рис. 1).

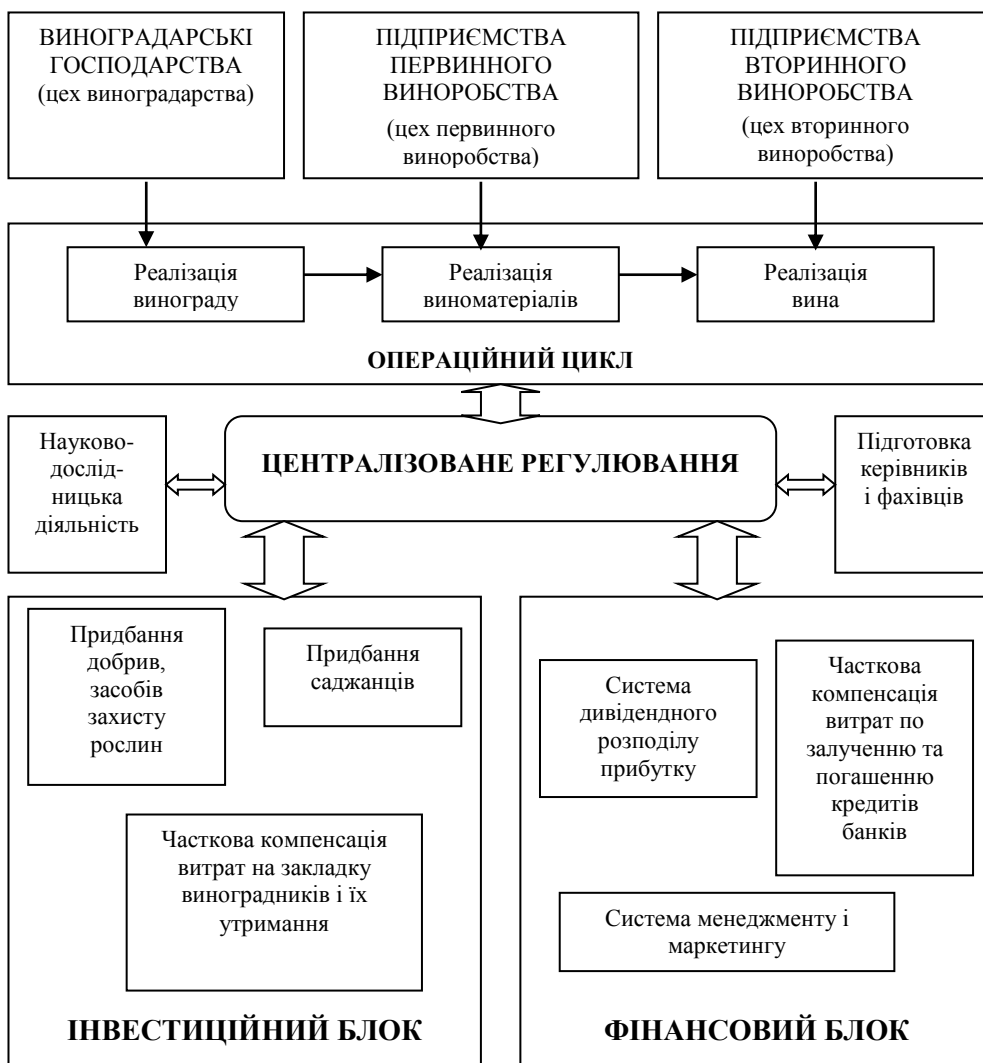


Рис. 1 Модель комплексного підходу щодо розвитку підприємств виноградарства та виноробства

Наявність власних виноградників забезпечує стабільні об'єми сировини, дозволяє контролювати її якість і рятує від криз, що



періодично лихоманять галузь. При цьому інвестиції в об'єкти, нехай навіть на перспективу, прогнозовані і підконтрольні.

На відміну від зарубіжних країн, в українському виноробстві працює переважно вітчизняний капітал. Питання залучення масштабних інвестицій у виноробство безпосередньо пов'язане із законодавчою неврегульованістю. По-перше, заборона на приватизацію виноградників позбавляє інвесторів яких-небудь гарантій щодо вкладених засобів. За даними експертів, в Україні практично не залишилося "нічийних" виноробних підприємств. Найпривабливіші з них або офіційно приватизовані, або вже потрапили в сферу інтересів крупних компаній, навіть якщо мова йде про об'єкти, що не підлягають приватизації. У будь-якому випадку інвестори, що вчасно зорієнтувалися у ситуації, віддачу від своїх вкладень отримають або грамотно розвиваючи підприємство і його марки, або вигідно його продавши. Але поки виставляти на продаж свої винні активи ніхто не збирається: зростання платоспроможності і культури пиття українських споживачів обіцяє виноробам досить привабливі перспективи.

Обсяги виробництва винограду підприємствами Одеської області представлено у табл. 1.

Таблиця 1

**Виробництво винограду в усіх категоріях господарств
Одеської області в 2004–2009 роках [4]**

Найменування показників	Роки					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Усі категорії господарств						
Площа виноградних насаджень, тис. га	40,2	40,5	40,4	39,0	40,5	40,5
у тому числі в плодоносному віці	35,8	35,3	34,3	31,9	30,7	30,2
Валовий збір, тис. тонн	210,7	179,4	193,3	167,4	142,5	154,2
у тому числі сільськогосподарські підприємства						
Площа виноградних насаджень, тис. га	32,8	33,1	32,9	31,6	33,1	33,0
у тому числі в плодоносному віці	28,6	28,1	27,1	24,8	23,5	23,0
Валовий збір, тис. тонн	101,5	77,5	76,8	69,1	80,6	85,1
Рівень рентабельності, %	43,0	12,6	22,1	35,1	22,1	20,3

Загальні обсяги виробництва вина в Україні сьогодні мають тенденцію до зростання. В 2010 р. у порівнянні з 2009 р. обсяги виробництва виноматеріалів виноградних збільшились на 19,3% і



склали 42,5 млн дал, а обсяги виробництва вин виноградних зросли на 0,5% і становили 20,6 млн дал [4]. Але кількісне зростання обсягу виробництва вина не є суттєвим кроком до сталого розвитку галузі в цілому. Адже сталий розвиток – це комплексне поняття, яке включає ряд складових.

На рис. 2 схематично показано спектр складових сталого розвитку підприємств виноробної галузі.

Соціокультурна складова передбачає підвищення культури споживання високоякісного вина серед населення.

Щодо соціокультурної складової сталого розвитку, то представники українського виноробного ринку завершили створення асоціації „Національне бюро винограду і вина”, основними завданнями якої є популяризація виноробної продукції та культури споживання вина, створення сприятливих ринкових умов; координація роботи в законодавчому полі; захист географічних найменувань продукції; боротьба із шахрайством та недобросовісною конкуренцією; робота з представниками виноробних ринків інших країн, зокрема, Франції, Італії та Іспанії тощо.

Управлінська складова підкреслює важливість ефективної участі персоналу в прийнятті управлінських рішень, глибоке розуміння керівництвом особливостей виробничого процесу галузі.

У рамках економічної складової асоціація має намір збільшити споживання вина на душу населення на рік з існуючих на сьогодні 7 літрів до 20 літрів у 2020 р. та збільшити частку експорту українського вина з існуючих 3-5% до 15%.

Інфраструктурна складова визначає наявність власної сировинної бази, власних потужностей первинного та вторинного виноробства, транспортних шляхів та засобів, торгової мережі, цехів з виробництва тари.

Наукова складова містить вирощування нових сортів винограду, розробку більш продуктивної виробничої техніки, оптимальне поєднання традицій виробництва та сучасних технологій.

Останнім часом розвиток виноробної промисловості характеризується скороченням якісного асортименту продукції, складним фінансово-економічним станом більшості підприємств та високим коефіцієнтом зносу основних виробничих фондів, особливо їх активної частини. Їх обладнання фізично та морально застаріло, що потребує значних інвестицій у капітальний ремонт, реконструкцію, модернізацію основних фондів.

Тому удосконалення механізму розвитку підприємств має розглядатися у межах регіону з урахуванням специфіки галузі.

Економічна складова визначає підвищення прибутковості виробництва, найбільш повне використання економічного потенціалу підприємства.

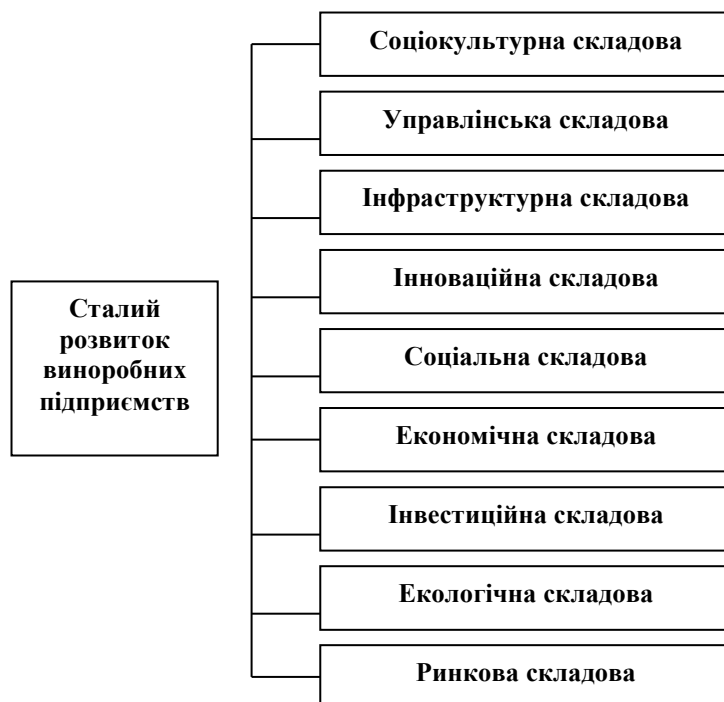


Рис. 2. Складові сталого розвитку підприємств виноробної галузі

Екологічна складова включає питання очищення стічних вод та атмосферного повітря, забезпечення низького рівню шуму, використання натуральних добрив для вирощування винограду.

Ринкова складова сталого розвитку підприємств виноробної галузі визначає такі основні проблеми українського виноробства, як реалізація продукції галузі у зв'язку з загальносвітовим надвиробництвом вин, що ускладнюється імпортною експансією.

У даний час завоювання Україною світового ринку практично неможливо через невідповідність вітчизняної виноробної продукції європейським стандартам, її недостатньої конкурентоздатності, відсутності відповідної реклами і "бажання" світових споживачів купувати українські вина. Європейський ринок вина є захищеним ринком, що забезпечується попитом споживача, що сформувався на вина звичного типу, відомих виробників, що застосовують традиційні, часто консервативні технології, законодавчими документами, що регламентують ринок провина ЄС. Таким чином, перспективи експорту української виноробної продукції вбачаються у постачаннях країнам СНД, і в більшій мірі у Росію, де українські вина в зв'язку з історичними факторами мають достатній попит. Тому головними ринки збуту для української виноробної продукції сьогодні є Росія і країни Близького зарубіжжя.

На ринку спостерігається дефіцит якісної сировини вітчизняного виробника, який надалі буде зростати через брак засаджених



виноградом площ. Тут важлива роль і підтримка держави, оскільки це – довгострокові інвестиції. Необхідно також підвищити збір (на виноградарство, садівництво, хмелярство) з 1% до 1,5% і спрямувати кошти на підтримку галузі.

Крім того, українські винороби можуть розраховувати на підтримку європейського співтовариства в рамках угоди з СОТ. Тут можливо послатися на приклад Болгарії, де існує така підтримка, зокрема, передбачені безповоротні кредити на розвиток виноробства.

З початку 2011 р. в українській виноробній галузі відбувся прецедент одночасного залучення як стратегічного, так і фінансового інвесторів для розвитку сектора виробництва вина. Horizon Capital, регіональний фонд прямих інвестицій, та Hartwall Capital (Фінляндія) оголосили сьогодні про придбання долі в холдингу, який є одним з провідних виробників вина в Україні. Сьогодні ТМ «Інкерман» є стабільним лідером продажів в Україні. У поєднанні з перспективністю виноробства як галузі та високою рентабельністю бізнесу даний напрямок зацікавив найбільших інвесторів, які інвестують в Україну та світ.

Мета інвесторів – створення лідера на ринку на основі сильних локальних брендів, та, спираючись на репутацію українських партнерів і традиції кримського виноробства, створити вина, достойні кращих світових зразків. Пріоритетами є:

- розвиток бази сировини;
- покращення виноградників;
- покращення методів виноробства за умов збереження унікальних українських традицій.

ВИСНОВКИ

Таким чином, уряд України повинен визнати, що вітчизняне виноробство є не лише складовою економіки, а, й елементом історії та культури. Далеко не кожна країна може похвалитися наявністю виноробної галузі. А Україна може. І ми не маємо права цю галузь втратити.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бузні А. Н. Актуальні проблеми виноградо-виноробного виробництва Криму / А. Н. Бузні, І. Г. Матчина // *Виноград Вино*, 2000, № 1. – С. 3-4.
2. Дейнеко Л. В. Розвиток харчової промисловості України в умовах ринкових перетворень (проблеми теорії та практики). / Л. В. Дейнеко. – К. : Знання, 2006. – 331 с.
3. Запасна Л. С. Формування ринкової вартості корпорації / Л. С. Запасна // *Економіка. Менеджмент. Підприємництво: зб. наук. праць СНУ ім. В. Даля*. – 2005. – Вип. 14, ч. II. – С. 76-83.
4. Лиськов В. Харчова промисловість у системі АПК / В. Лиськов // *Економіка України*. – 2009. – № 8. – С. 55-61.
5. Лужецька О. В. Проблеми сталого розвитку виноробних підприємств України / О. В. Лужецька // *Режим доступу http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/*
6. Турило А. М. Оцінка вартості підприємства в системі фінансово-економічної стратегії його розвитку / А. М. Турило. // *Фінанси України*. – 2009. – № 5. – С. 95-100.