

УДК 338

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КРЫМСКОГО ВИНОДЕЛИЯ

Сухолишко А.С.

*Магистрант направления 38.04.01. – Экономика, ИФЭиУ,
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Севастопольский государственный университет»
Россия, г. Севастополь*

Абрамова Л.С.

*к.э.н., доцент кафедры «Экономика предприятия»,
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Севастопольский государственный университет»
Россия, г. Севастополь*

Аннотация

Крым считается крупнейшим (более 47%) производителем натуральных виноградных вин, с уникальным и неповторимым, благодаря климату, вкусом. Складываются благоприятные условия для импортозамещения: в итоге введенных санкций импорт вина из стран ЕС в 2018 году по сравнению с 2014 годом снизился на 36,7%. Несмотря на это, динамика роста собственного производства относительно низкая: в 2018 году в Крыму произведено вина 3,5% больше, чем в 2019 году. Это связано с малозначительным увеличением спроса на крымские вина (исторически сформировавшееся отношение к качеству российской продукции, низкая осведомленность о современной продукции крымского виноделия, значительная доля фальсификата) и проблемами его производства и реализации (обеспеченность своим сырьем на 54%, недостаток инфраструктуры, высокие входные барьеры в торговые сети, государственное регулирование вина и др.). В статье рассмотрены пути повышения конкурентоспособности крымского виноделия путем создания в Крыму винного предпринимательского кластера, развития винного бренда «Крымские вина», консолидированной торговой политики, увеличения спроса на крымскую продукцию, на основе усилий как самих производителей, так и всех участников товаропроводящей сети, при соответствующей поддержке органов местной и государственной власти.

Ключевые слова: виноделие, конкурентоспособность продукции, бренд, спрос на продукцию, пути повышения конкурентоспособности.

WAYS TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF THE CRIMEAN WINE

Suholitko A.S.

Student directions 38.04.01. – Economics, Ifau,

Federal state Autonomous educational institution of higher education "Sevastopol state University"

Russia, Sevastopol

Abramova L. S.

Ph. D., associate Professor, "FL",

Federal state Autonomous educational institution of higher education "Sevastopol state University"

Russia, Sevastopol

Annotation

Crimea is considering the largest (more than 47%) producer of natural grape wines, with a unique and unique, thanks to the climate, taste. There are favorable conditions for import substitution: as a result of the imposed sanctions, the import of wine from the EU countries in 2018 compared with 2014 decreased by 36.7%. Despite this, the growth dynamics of domestic production is relatively low: in 2018, in the Crimea, 3.5% more wine was produced than in 2019. For this due to an insignificant increase in demand for Crimean wines (a historically formed attitude towards the quality of Russian products, low awareness of modern products of the Crimean winemaking, a significant proportion of counterfeit) and problems of its production and sale (availability of its raw materials by 54%, lack of infrastructure, high input barriers in trade networks, state regulation of wine, etc.). The article discusses how to improve the competitiveness of the Crimean winemaking by creating a wine entrepreneurial cluster in the Crimea, developing the Crimean wine brand, consolidating trade policy, increasing the demand for Crimean products, based on the efforts of both producers and all participants of the distribution network. support of local and state authorities.

Keywords: winemaking, product competitiveness, brand, product demand, ways to improve competitiveness.

В настоящее время в Крыму сложились благоприятные условия для развития виноделия. С одной стороны, климатические и почвенные условия Крыма позволяют выращивать вино с региональным вкусом высшего класса, что сегодня особенно ценится на мировом рынке. С другой стороны, в Крыму расположено большое количество как крупных, уже завоевавших себе имя винодельческих предприятий, так и малых предприятий, специализирующихся исключительно на терруарных винах. Многообразие ассортимента и доля качественных вин в совокупном объеме производства регулярно увеличивается. Вместе с этим выбор покупателя остается за импортной продукцией.

Перед Крымским виноделием стоит комплексная задача:

- обеспечить гарантированный сбыт на долгосрочную перспективу, увеличить относительную долю рынка высококачественной продукции, формирование новейшего конкурентного пространства;

Повышение конкурентоспособности виноделия – проблема комплексная, она зависит не только от производителей, но и от государственной и региональной поддержки и регулирования, согласованного развития виноградарства и виноделия в целом, сферы реализации. Пути повышения конкурентоспособности Крымского виноделия представлены на рисунке 1.

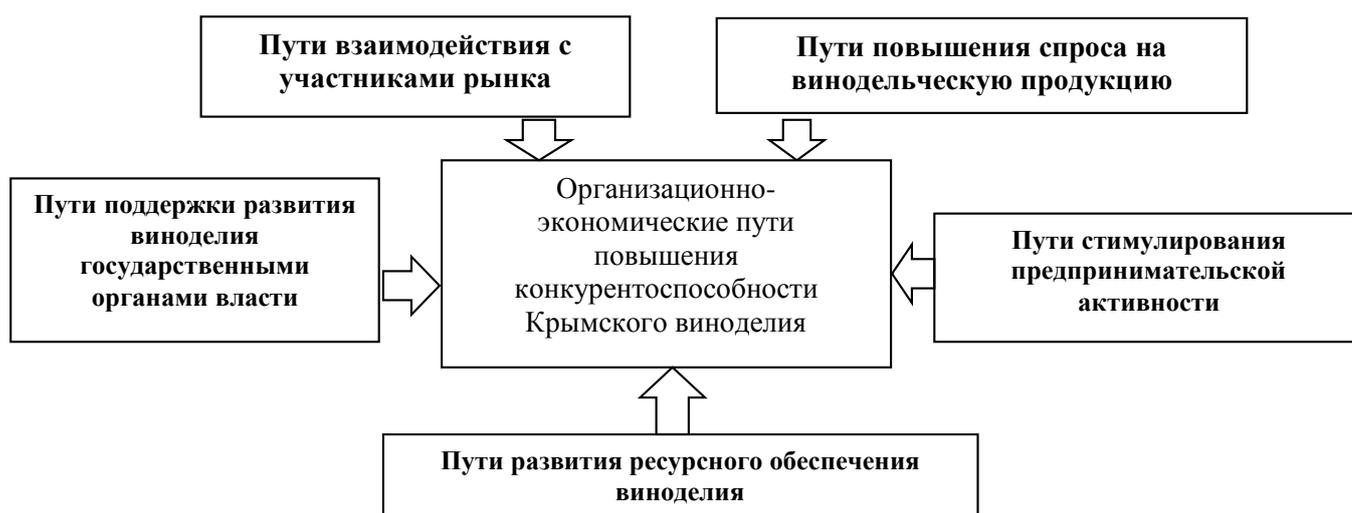


Рисунок 1 – Пути повышения конкурентоспособности Крымского виноделия

Каждая составляющая повышения конкурентоспособности виноделия представляет собой некий комплекс управленческих, экономических, маркетинговых, правовых инструментов, норм и методов. В данной статье

выделены наиболее актуальные современные и инновационные пути повышения конкурентоспособности Крымского виноделия.

Эффективный мировой опыт виноделия базируется на высоком уровне консолидации производителей вина, предприятий изготовителей, импортеров, дистрибьюторов, интеграции усилий участников цепочки создания ценности. Ключевыми проблемами конкурентоспособности предприятий крымского виноделия является относительно средняя доля на внутреннем рынке, низкая узнаваемость продукции на зарубежном рынке, небольшое наличие винной продукции Крыма в крупных торговых сетях в силу высокого барьера входа на рынок, неконкурентоспособная структура затрат (на логистику, сырье) и другое. Данные проблемы не удастся решить посредством автономного функционирования предприятий. Они являются системными, требующие регулярного повышения эффективности всего процесса создания винодельческой продукции на базе сотрудничества фирм при поддержке государственных и региональных властей. Необходима интеграция участников (рисунок 2).

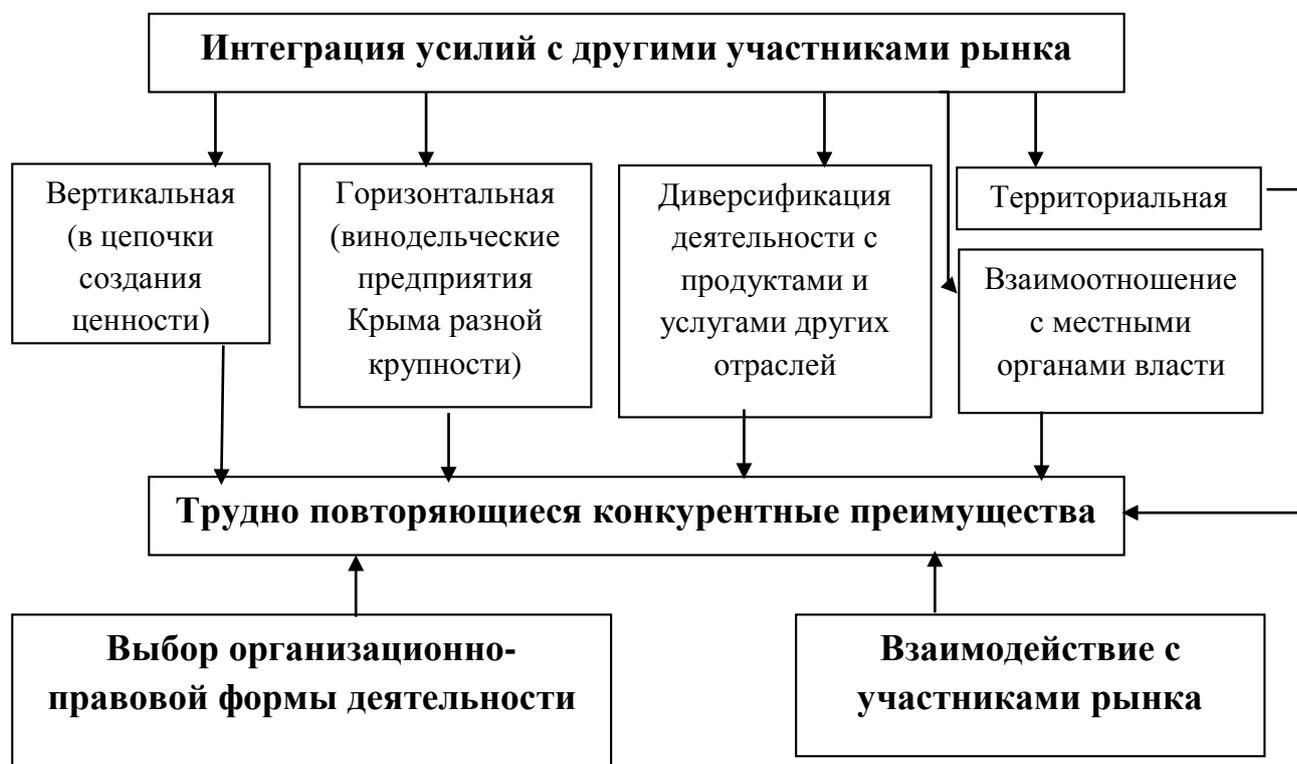


Рисунок 2 – Механизм взаимодействия с участниками рынка

В результате введения санкций на импорт вин из стран ЕС изменилось соотношение доли крымских вин и импорта с 2/3 до 81% крымских (произведённых из местного винограда и импортных виноматериалов). Крымские производители далеко не в полной мере используют весь комплекс маркетинга. Продукция Крымского виноделия нуждается в серьезной политике её продвижения и брэндинге. Пути повышения спроса на продукцию Крымского виноделия представлены на рисунке 3.



Рисунок 3 – Пути повышения спроса на продукцию Крымского виноделия

Такие современные лидеры мирового рынка вина, как Франция, Италия, Испания имеют длительную и многообразную историю и традиции развития виноделия, и являются общепринятыми мировыми винными брендами. Страны Нового Света, такие как Австралия, Чили, Аргентина и другие на протяжении последнего десятилетия сформировали положительный имидж в виноделии и являются мировыми брендами.

Целью коммуникационной политики является через все возможные каналы (пропагандистские и экспертные каналы, бумажные и электронные СМИ, почтовую рассылку, наружную рекламу и др.) формирование положительного общественного мнения, изменить сформировавшиеся стереотипы у потребителей, создать новые традиции употребления вина и прилагаемых продуктов, гарантировать поддержку покупателям при покупке крымских вин.

Главной задачей повышения конкурентоспособности крымского виноделия является урегулирование производства и оборота вин, что задерживает формирование виноделия, в первую очередь малого, высокая стоимость лицензий на продажу (более 1 млн. руб.), и существенно дорожает производство натуральных вин за счет налогов, акцизов, госпошлин и др.

Крымскому виноделию крайне необходима правовая защита в части природно-климатических рисков, импорта некачественного сырья, от производства фальсификатов, ярмарок, фестивалей крымского вина и др.

Нужна финансово-кредитная поддержка в виде страховой деятельности для виноделия и виноградарства, льготных инвестиционных кредитов и гарантий, субсидий, развития финансового лизинга, залогового обеспечения малого бизнеса, для привлечения средств механизмов инвестиционных займов, и других как для крымского виноделия, так и для всех участников товаропроводящей цепочки. Создание винного кластера в Крыму будет способствовать консолидации средств и целевому использованию финансовых ресурсов.

Требуется серьезный пересмотр законодательной базы для крымского виноделия, существенное снижение административных барьеров в части лицензирования, регистрации, сертификации, либерализация продажи вина частных производителей для ресторанов и магазинов. Продвижению крымской винной продукции так же мешает запрет на продажу алкоголя через интернет.

Информационно-консалтинговые пути государственной поддержки актуальны для поддержания деятельности крымских предприятий виноделия (информационного, налогового, юридического, финансового, маркетингового и др.), участия их в разных программах господдержки, конкурсах, продвижении крымского виноделия на мировой рынок, приобретение оборудования и специализированной техники, оказание консультационно-методологической помощи в технологии выращивания новых сортов винограда, повышение качества вин и др.)

Таким образом, основными целями и задачами, стоящими на данном этапе развития отрасли виноделия в Крыму, является сохранение и дальнейшее развитие отрасли, увеличение объемов производимой продукции за счет расширения площадей и повышения урожайности виноградников, повышения качества и увеличения объемов реализации изготавливаемой продукции.

Библиографический список:

1. Брыкалов А.В. Стратегия развития виноградарства на базе достижения современной биотехнологии в Ставропольском крае / А.В. Брыкалов, Е.С. Романенко, О.В. Шарипова // Виноградарство и виноделие. — 2008. — № 1. — С.

2. Российские вина и бренди в 2018 году. URL: <http://nashevino.ru/blog/knowledge/rossijskie-vinai-brendi-stats-2018/>

3. Щербакова Т.С., Цветкова Л.К. Новые возможности повышения конкурентоспособности виноделия// Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ). Краснодар: КубГАУ, 2017. № 03 (107). Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2015/03/pdf/95.pdf>. (0,46 п.л., в т.ч. авт. 0,23).

4. Конкурентный анализ рынка [Электронный ресурс] / Powerbranding маркетинг. – 2017 г. – Режим доступа: <http://powerbranding.ru>

5. Федеральный закон № 171 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции».

6. Майстренко А.Н., Моногарова О.А. Современное состояние отечественного виноградарства и виноделия, повышение конкурентоспособности продукции // Повышение конкурентоспособности продукции виноградарства и виноделия на основе создания новых сортов и технологий: материалы Международной научно-практической конференции / ГНУ Всероссийский НИИ виноградарства и виноделия им. Я.И. Потапенко Россельхозакадемии. Новочеркасск: Изд-во ГНУ ВНИИВ им. Я.И. Потапенко, 2018. С. 12.

Оригинальность 89%