

В даний час і в перспективі для забезпечення ефективного та стабільного функціонування фінансового механізму держави, велике значення має, нормативно - правова регламентація, яка є не тільки джерелом, але й важливим регулятором фінансової системи національної економіки. На нашу думку, ефективним фінансовий механізм державного регулювання може бути при зацікавленості всіх суб'єктів господарської діяльності в економічному процвітанні держави. В теперішній час необхідно здійснювати підтримку малого та середнього виробника шляхом надання податкових пільг, зниження податкових ставок.

В області податкової політики існує дисбаланс фінансових інтересів платників податків і держави і проблема ухилення від податкових платежів та приховування платниками реальних доходів, що природно позначається на поповненні бюджету країни є актуальною.

Як зазначено вище, крім удосконалення дій фінансових санкцій, на нашу думку, одним з проблем вирішення цього питання є ефективність механізму фінансових важелів. Так наприклад, фінансові санкції мають велике значення у фінансових важелях, які мають форму фінансових відносин щодо посилення матеріальної відповідальності суб'єктів господарської діяльності за виконання взятих зобов'язань. В умовах ринкових відносин роль фінансових санкцій значно зростає. Найбільш поширеними серед них є штрафи і пені.

**Висновки:** Таким чином, слід зазначити, що для якісного впливу на сучасний розвиток економічних відносин фінансового механізму необхідно використання таких методів формування і тенденцій застосування фінансових ресурсів, які ефективно стимулюють суб'єктів господарської діяльності і національної економіки в цілому.

#### Джерела та література:

1. Базилевич В. Д., Баластрик Л. О. Державні фінанси: Навч. посібник / За заг. ред. Базилевича В. Д. - К.: Атіка, 2004. - 719 с.
2. Международные стратегии экономического развития: Учебное пособие / Под ред. Ю. В. Макогона. - К.: Знання, 2007. - 71 с.
3. Дробозина Л. А. Финансы. Денежное обращение. Кредит: Учебник для вузов. / Дробозина Л. А. - М.: Финансы, ЮНИТИ.- 1997. - 119 с.
4. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф.Кифяк.-Чернівці: Зелена Буковина, 2007. - 312 с.
5. Гуляев В. Г. Организация туристической деятельности: учеб.пособ./В. Г.Гуляев.-М.:Нолидж, 2006. - 312 с.
6. Опарін В. М. Фінанси (Загальна теорія): Навч. посібник. - 2-ге вид., доп. і перероб. - К.: КНЕУ, 2002. - 240 с.
7. Плескач В. Л. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління державними фінансами В. Л. Плескач // Фінанси України. - 2008. - №11. - С. 22-28.

**Фрейдис Е.И.**

**УДК 65.012.32: (634.8+663.2)**

### **ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ В ВИНОГРАДАРСКО-ВИНОДЕЛЬЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

***Аннотація.** В статтє рассмотрены предпосылки развития управления маркетингом в виноградарско-винодельческих предприятиях. Выделен ряд современных экономических проблем, ограничивающих их развитие. Автором отмечен широкий ассортимент выпускаемой виноградарско-винодельческими предприятиями Автономной Республики Крым продукции: столовые сухие, крепленые, десертные и полусладкие и шампанские вина. Разработаны предложения относительно повышения эффективности управления маркетингом в них.*

***Ключевые слова.** Виноградарско-винодельческие предприятия, маркетинг, управление маркетингом, эффективность.*

***Анотація.** У статті розглянуто передумови розвитку управління маркетингом в виноградарсько-виноробних підприємствах. Виділено ряд сучасних економічних проблем, що обмежують їх розвиток. Автором відзначений широкий асортимент продукції, що випускається виноградарсько-виноробними підприємствами Автономної Республіки Крим: столові сухі, кріплені, десертні та напівсолодкі і шампанські вина. Розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності управління маркетингом в них.*

***Ключові слова.** Виноградарсько-виноробні підприємства, маркетинг, управління маркетингом, ефективність.*

***Summary.** The most typical of the viticulture and wine industry enterprise were selected in the article. The economic indicators of the viticulture and wine-making enterprises of the Autonomous Republic of Crimea are examined. A number of the current economic issues limiting the development of wineries, highlighted in the article. The preconditions for the development of marketing management in viticulture and wine-making enterprises are discussed. Growth in revenue from the sale of wine and wine materials and the reduction of revenue from the sale of grapes are marked by the author. The reduction in sales volumes of grapes are noted in the article. This leads to the filling of the domestic market of foreign products. Reduction of land and an increase in the degree of depreciation of fixed assets and increase gross profit margin was marked by the author. A wide assortment of viticulture and wine production is noted in the article. Dry wines, semi-sweet wines, sweet wines and sparkling wines are produced in the wineries of the Autonomous Republic of Crimea. Proposals to improve*

*the effectiveness of marketing management in viticulture and wine-making enterprises, by creating a marketing department, which will increase the volume of sales, market share, profits are developed.*

**Keywords.** *Viticulture and wine-making enterprises, marketing, marketing management, efficiency.*

**Постановка проблемы.** После перехода на рыночные отношения, произошли значительные изменения в торговых связях виноградарско-винодельческих предприятиях, была изменена структура производства и товарный ассортимент. Вследствие растущих запросов и быстрой смены покупательских предпочтений, многие виноградарско-винодельческие предприятия оказываются не в состоянии выдерживать конкуренцию и соответствовать тенденциям рынка. В связи с этим нами была отмечена негативная тенденция к сокращению объёмов производства виноградных вин с 6333,3 до 5092,7 тыс. дал (19,59 %) за шесть лет [1, 2] и их реализации виноградарско-винодельческими предприятиями.

**Анализ последних исследований и публикации.** Вопросам развития виноградарско-винодельческой отрасли принадлежат исследования следующих отечественных учёных: А.Н. Зотова, А.М. Авидзибы, А.П. Дикань, И.Г. Бузни, Л.А. Миргородской, С.Г. Черемисиной; совершенствования регулирования и развития рынка виноматериалов: И.Г. Матчина, Д.Б. Волынкина, И.Н. Агеева; маркетинга и реализации виноградарско-винодельческой продукции: В.М. Иванца, однако, ряд вопросов относительно современного состояния виноградарско-винодельческих предприятий АР Крым, а также основных предпосылок развития управления маркетингом в них остались нераскрытыми.

**Постановка задания.** Целью статьи является разработка рекомендации относительно совершенствования управления маркетингом в виноградарско-винодельческих предприятиях.

**Изложение основного материала.** В настоящее время виноградарско-винодельческие предприятия АР Крым переживают сложный этап развития ввиду ужесточения контроля за рекламой алкогольной продукции со стороны государства, повышения акцизных сборов, роста импорта вин и виноматериалов. Отмеченные особенности не только снижают уровень эффективности работы виноградарско-винодельческих предприятий, но и являются серьёзной угрозой дальнейшему развитию отрасли в целом.

Среди проанализированных трёх предприятий (табл. 1) только у одного (ПАО «Солнечная Долина») степень износа основных производственных фондов менее 50 %, что говорит о необходимости переоснащения производства. Капитальное устаревание используемого оборудования может привести к повышению частоты браков, потерь, простоев, снижению качества продукции и повышению затрат на её производство. Повышение степени износа производственных мощностей может снизить уровень привлекательности продукции и в дальнейшем конкурентоспособности предприятия. По показателям валовой прибыли предприятия ПАО «Бурлюк» и ПАО «Солнечная Долина» находятся на одном уровне, при этом, если в ПАО «Бурлюк» показатель нестабилен, то в ПАО «Солнечная Долина» имеет чёткую тенденцию к росту, что свидетельствует как о качестве производимой продукции предприятием, так и уровне обеспечения маркетинга.

Несмотря на наименьшую среди анализируемых предприятий среднесписочную численность работников, в ПАО «Солнечная Долина» отмечена положительная тенденция к росту выручки и объёмов производства виноградарско-винодельческой продукции за анализируемый период, а по данным официального сайта предприятия - наибольшее число фирменных магазинов [3]. ГП «Приветное» по итогам проведённого анализа также отмечает положительную тенденцию - прирост валовой прибыли составил 149,17 %, хотя и меньшими темпами, нежели ПАО «Солнечная Долина» (прирост за период 328,26 %). Негативной тенденцией является отмеченное сокращение обрабатываемых площадей предприятиями. Так за анализируемый период в целом по трём предприятиям из обработки вышло 623 га. Положительные аспекты развития управления маркетингом в анализируемых виноградарско-винодельческих предприятиях представлены в табл. 2. Проведённый анализ свидетельствует об отставании ГП «Приветное» от ПАО «Солнечная Долина» и ПАО «Бурлюк» в разрезе доступности для широкого круга клиентов, уровня развития коммуникационной и рекламной деятельности.

По данным официальных сайтов ПАО «Солнечная Долина» и ПАО «Бурлюк» по территориям предприятий можно заказать экскурсию, посетить дегустационный зал и приобрести вина в сувенирной упаковке, что способствует улучшению имиджа отмеченных предприятий, созданию положительного образа производимой продукции и расширяет возможности для рекламы производимых вин. Тем не менее, отсутствует информация о наличии фирменных магазинов в собственности ПАО «Бурлюк», а ГП «Приветное» несмотря на использование широко известной торговой марки, не проводит дополнительные меры по стимулированию сбыта своей продукции и привлечению новых клиентов. Анализ соотношения выручки от реализации сельскохозяйственной продукции и от промышленной деятельности свидетельствует о росте доли промышленности в совокупной выручке анализируемых предприятий. В ПАО «Бурлюк» до 2010 года, как свидетельствует рис. 1, сельское хозяйство превалировало над промышленной деятельностью, однако уже в 2012 г. произведённое сырьё стало перерабатываться собственными мощностями предприятия.

**Таблица 1.** Размеры виноградарско-винодельческих предприятий АР Крым за период 2008-2012 гг.\*

Показатели	ПАО «Бурлюк»				ПАО «Солнечная Долина»				ГП «Приветное»			
	Годы			2012/2008, %	Годы			2012/2008, %	Годы			2012/2008, %
	2008	2010	2012		2008	2010	2012		2008	2010	2012	
Площадь с.-х. угодий, га	3431	2977	3036	88,5	931	928	726	88,0	370	369	347	93,8
Среднесписочная численность персонала, чел.	489	253	340	69,5	25	11	102	408,0	196	195	176	89,8
Остаточная стоимость ОПФ, тыс. грн.	20525	19149	20679	100,8	64137	135576	138722	216,3	6544	8357	7514	114,8
Степень износа ОПФ, %	59,8	61,9	64,0	107,0	21,9	16,9	19,3	88,1	57,1	60,1	65,3	114,4
Справедливая стоимость ДБА, тыс. грн.	17096	31237	42842	250,6	14368	5992	8765	61,0	5283	6741	7755	146,8
Размер валовой прибыли, тыс. грн.	50833	73851	54471	107,1	19138	42675	62823	328,3	18471	24228	27553	149,2

**Таблица 2.** Состояние и наличие дополнительных средств привлечения клиентов в виноградарско-винодельческих предприятиях в 2012 г.\*

Показатели	ПАО «Бурлюк»	ПАО «Солнечная Долина»	ГП «Приветное»
Число фирменных магазинов, ед.	-	40	2
Проведение экскурсий по территории винзавода	+	+	-
Наличие сувенирной продукции в продаже	+	+	-
Наличие дегустационного зала	+	+	-
Торговая марка	Амфора 2007	Солнечная Долина	Массандра

\*Источник: составлено автором на основании [3, 4, 7]

Проведенный анализ структуры производимых виноградарско-винодельческими предприятиями вин (таб. 3) свидетельствует о широком ассортименте продукции. Тем не менее, ПАО «Бурлюк» имеет возможность выпускать шампанские виноматериалы, тем самым привлекая больший круг клиентов.

**Таблица 3.** Сортовой состав производимых виноградных вин виноградарско-винодельческими предприятиями в 2012 г.\*

Производимые вина	ПАО «Бурлюк»	ПАО «Солнечная Долина»	ГП «Приветное»
Столовые сухие	+	+	+
Столовые полусладкие	+	+	+
Крепкие	+	+	+
Десертные	+	+	+
Шампанские	+	-	-

\*Источник: составлено автором на основании [3, 4, 5, 6]

Интерес привлекают показатели ПАО «Солнечная Долина», иллюстрирующие практически полное использование производимого винограда в процессе создания высококачественных вин и виноматериалов (рис. 2). Анализ

**Таблица 4.** Динамика показателей рентабельности виноградарско-винодельческих предприятий АР Крым за период 2008-динамики реализации винограда свидетельствует о сокращении объемов его реализации

Показатели	ПАО «Бурлюк»				ПАО «Солнечная Долина»				ГП «Приветное»				
	Годы			Рост, п.п.	Годы			Рост, п.п.	Годы			Рост, п.п.	
2008	2010	2012	2008		2010	2012	2008		2010	2012			
Рентабельность обычной деятельности, %	122,3	139,8	163,4	41,1	-54,6	-5,7	-3,8	50,8	7,9	21,2	2,4	-5,5	
Чистая рентабельность продаж, %	81,2	86,3	87,1	5,9	-334,2	-9,3	-3,4	330,8	9,7	23,9	3,1	-6,6	
Рентабельность реализации винограда, %	169,7	211,4	105,3	-64,4	-34,4	20,8	22,1	56,5	29,7	111,8	50,2	20,5	
Цена реализации винограда, грн./ц	352,6	943,4	472,1	119,5	420,0	462,2	613,6	193,6	484,9	769,0	705,9	221,0	
Рентабельность затрат на сбыт винограда, %	956,0	443,3	314,3	-641,7	-	7333,3	422,2	-	78,3	685,2	294,7	-216,4	
Рентабельность затрат на сбыт, %	-	-	-	-	-	1624,3	-39,5	-13,3	1611,0	426,1	3350,4	58,9	-367,2

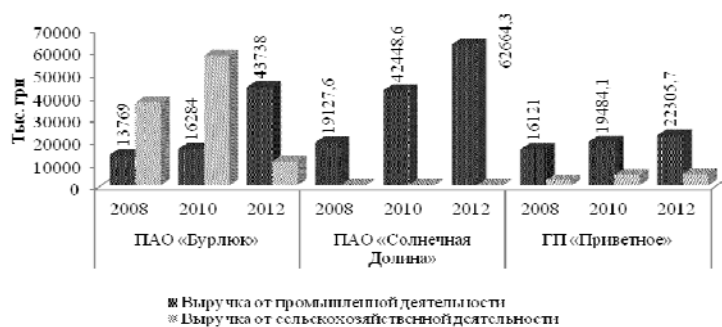


Рис. 1. Соотношение выручки от реализации продукции в виноградарско-винодельческих предприятиях АР Крым за 2008-2012 гг.

Несмотря на положительную динамику в размерах выручки и отсутствие высокого уровня износа производственных мощностей табл. 4 иллюстрирует отрицательные показатели рентабельности в ПАО «Солнечная Долина». Тем не менее, анализ свидетельствует о постепенном повышении уровня рентабельности в предприятии.

Отмечены высокие показатели уровня рентабельности затрат на сбыт производимой продукции и, в частности, винограда. Высокие значения рентабельности затрат на реализацию винограда связаны с низкими затратами на сбыт, поскольку, как правило, покупатели самостоятельно загружают виноград в период уборки с полей, тем самым уменьшая затраты предприятия-производителя на отгрузку, перевозку и хранение продукции.

Применение данного способа реализации, по нашему мнению, возможно только при отсутствии у предприятия холодильных установок, хранилищ, недостаточном обеспечении техникой и трудовыми ресурсами. Реализация винограда непосредственно с уборочных участков может привести к хищению, занижению качества продукта, взяточничеству, укрытию фактической прибыли, снижению качества организации учёта реализации, отслеживанию объёмов и сортового состава отгружаемого винограда и т.п.



Рис. 2. Реализация винограда виноградарско-винодельческими предприятиями за период 2008-2012 гг.\*

Научно-обоснованная организация управления маркетингом позволит предприятиям повысить уровень конкурентоспособности за счёт улучшения качества продукции при внедрении в производство продуктивных сортов винограда, рационального установления торговых наценок, осуществления привлечения новых и удержания старых клиентов, повышения уровня обслуживания и достоверности учётной информации.

**Выводы.** Проведённый анализ виноградарско-винодельческих предприятий АР Крым позволил выявить основные особенности их развития в современных условиях хозяйствования: 1) виноградные насаждения анализируемых хозяйств характеризуются высоким уровнем изреженности и превалярованием старых виноградников над молодыми плодоносящими, что приводит к снижению уровня их продуктивности; 2) для повышения уровня продуктивности виноградных насаждений целесообразно повысить уровень механизации обработки и уборки винограда, а также улучшить его сортовой состав; 3) только у одного из трёх проанализированных предприятий степень износа основных средств составляет менее 50 %, что говорит о необходимости технического переоснащения и модернизации производственных мощностей; кроме того изношенное оборудование приводит к повышению частоты появления некачественной, бракованной продукции и повышения себестоимости выпускаемых виноматериалов; 4) низкий уровень показателей рентабельности свидетельствует о слабом уровне организации управления маркетингом и целесообразности создания системы управления маркетингом в проанализированных хозяйствах. Система управления маркетингом позволит своевременно выявлять узкие места в структуре и ассортименте производимой продукции, проводить мониторинг окружающей среды маркетинга для выявления современных рыночных тенденций, бенч маркетинга для повышения уровня конкурентоспособности разрабатываемых стратегий развития и продукции в целом, расширять сферу влияния предприятий и привлекать большую целевую аудиторию.

**Источники и література:**

1. Статистический ежегодник в Автономной республике Крым за 2011 год / под ред. В. И. Колесник. - Симферополь: Главное управление статистики в АР Крым, 2012. - 558 с.
2. Статистический ежегодник в Автономной республике Крым за 2008 год / под ред. О. И. Питюренко. - Симферополь: Главное управление статистики в АР Крым. - 2009, - 558 с.
3. ПАО «Солнечная Долина» / Официальный сайт [электронный ресурс]; режим доступа: <http://sunvalley.ua/ru>
4. Золотая Амфора / Официальный сайт [электронный ресурс]; Режим доступа : <http://zolotaja-amfora.ua/contacts>
5. ГП «Приветное» / Википедия. [электронный ресурс]; Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki>
6. ГП «Приветное» / Официальный сайт Торговый дом «Массандра» [электронный ресурс]; режим доступа: <http://massandra.net.ua/ru/commodities/privetniy/>
7. Еженедельник Миг / [электронный ресурс]; Режим доступа : <http://www.mig.com.ua/news/21159.html>

**Щебликіна З.В., Щебликіна І.О.****УДК 631.16:658.152****ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ**

***Анотація.** У статті досліджуються питання інвестиційної привабливості аграрної сфери України. Аналізуються основні проблеми, що виникають під час інвестування аграрного виробництва у сучасних умовах господарювання. Забезпечення сталого розвитку та економічного зростання в галузі є пріоритетним завданням економічної політики країни. Досліджено, що саме інтенсивний тип розвитку сприяє поліпшенню всіх економічних показників за умов удосконалення дії виробничих факторів. Виняткове значення для розширення аграрного виробництва набуває проблема інвестиційного забезпечення сільського господарства як на регіональному, так і на макрорівнях.*

***Ключові слова.** інвестиції, інвестиційний клімат, інвестиційна привабливість.*

***Аннотация.** В статье исследуются вопросы инвестиционной привлекательности аграрной сферы Украины. Анализируются основные проблемы, возникающие в процессе инвестирования аграрного производства в современных условиях хозяйствования. Обеспечение устойчивого развития и экономического роста в отрасли являются приоритетными заданиями экономической политики страны. Исследовано, что именно интенсивный тип развития способствует улучшению всех экономических показателей при условии совершенствования действия производственных факторов. Исключительное значение для расширения аграрного производства приобретает проблема инвестиционного обеспечения сельского хозяйства как на региональном так и на макроуровнях.*

***Ключевые слова.** инвестиции, инвестиционный климат, инвестиционная привлекательность.*

***Summary.** The article explores the issues of investment attractiveness of the agrarian sector of Ukraine. Analyzes the main problems encountered in the process of investing in the agricultural production of the contemporary economy. Sustainable development and economic growth in the industry are the priority tasks of economic policy. Investigated what type of intensive development helps to improve the performance of all economic activity subject to improvement of production factors. Exceptional value for the expansion of agricultural production is the problem of investment support agriculture at both regional and macro levels. Today it is a deficit and the high cost of food, when we must recognize that sustainable and balanced growth in agriculture is based primarily on the need to substantially increase investment. The increasing role of long-term loans of small and medium farmers and attracting foreign investment are crucial factors to ensure the effective development of the sector. With the economic crisis, these issues are of particular relevance. From their decision at this stage is largely dependent recovery and growth of material resources, increasing production and competitiveness of agricultural products in domestic and foreign markets, to address the whole range of socio-economic problems. The budget deficit, reduce government support of agricultural producers finance Ukraine's dependence on foreign countries enhance the relevance of the problem of rationalization and more efficient use of existing and available investment resources. Inadequate investment resources have led to a weakening of the material and production base of businesses, reducing its profitability and profitability, low levels of concentration and specialization of production, poor infrastructure of the agricultural market. In our opinion, sufficient financial resources is the key to updating and improving the material and technical base of agricultural production, increase its efficiency, competitiveness of the agricultural sector in general. Material and resource support agricultural production and its effective development in transitive economy is directly dependent on the volume, structure and direction of investment - the cost of construction and maintenance of production facilities, purchase of agricultural machinery and equipment, new technologies, ensuring a sufficient level of solvency, strengthening financial stability and improve agricultural production activities of enterprises. Today, the opportunities available to obtain long-term loans for most small and medium-sized farms problematic. The main obstacles to obtaining credit are: unsettled legal issues of land ownership, low profitability of most agribusinesses, non-transparent market. To improve the efficiency of the credit to agriculture at the legislative level to create favorable conditions for investment credit of commercial banks in the development of agribusiness.*

***Keywords.** investment, investment climate, investment attractiveness.*

**Постановка проблеми.**

В ринкових умовах господарювання для реформованих підприємств аграрного сектора економіки України однією з головних проблем є залучення інвестиційних та інноваційних ресурсів. Інвестиційна діяльність є найбільш вагомим чинником економічного зростання, поліпшення економічної ситуації в країні та покращення добробуту населення. В аграрній сфері інвестиційна діяльність виступає також засобом забезпечення продовольчої безпеки держави, гарантом розвитку агропромислового виробництва та