**Додонов Сергій Володимирович. Потенціал економічної ефективності реалізації виноробної продукції (на прикладі виноробних підприємств Криму) : Дис... канд. наук: 08.07.02 – 2002**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Додонов Сергій Володимирович. Потенціал економічної ефективності реалізації виноробної продукції (на прикладі виноробних підприємств Криму). Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.07.02 – “Економіка сільського господарства і АПК”, Кримський державний аграрний університет, Сімферополь, 2002 р.  У дисертаційній роботі проведений аналіз сучасного стану ринку виноробної продукції в Криму і на Україні. Розглянуто реалізаційна діяльність кримських виноробів. Визначено сукупність чинників, що впливають на ефективність реалізації виноробної продукції, а також проведено експертну оцінку механізмів державного впливу. Знайдено рівняння залежності рівня рентабельності продажу виноробної продукції від величини змінних витрат. Вивчено стан сировинної бази для виробництва виноробної продукції. У зв’язку з необхідністю її відновлення і розвитку запропонована методика розподілу прибутку в системі “виробник сировини - виробник виноматеріалів – завод вторинного виноробства”. Проведено аналіз попиту на виноробну продукцію, що дозволило розробити модель його визначення у межах регіону на короткостроковий період. Обґрунтовано методику оцінки потенціалу економічної ефективності і визначення напрямків його раціонального використання. | |
| |  | | --- | | 1. Ринку виноробної продукції в межах виноградовиробничого регіону притаманні риси олігополії. Сприятливо впливає на його розвиток концентрація і спеціалізація виробництва, інтеграція виробників сировини з винзаводами, модернізація виробництва, регулярні маркетингові дослідження. Негативно впливають – зріженність і скорочення площ виноградників, технологічні втрати, низька якість і дороговизна сировини, знищення фірмової торгівлі, недосконалість оподатковування, низький платоспроможний попит.  2. Економічна ефективність реалізаційної діяльності підприємств-виноробів характеризується кількома групами критеріїв (ринкові, виробничі, збутові), що дозволяють комплексно оцінити реалізаційну діяльність, використовуючи сукупність показників. Найбільш застосовними і достовірними методами оцінки ефективності і прогнозування реалізації виноробної продукції є факторний, кореляційний і функціонально-вартісний аналіз, метод матриць-координат, метод парних порівнянь на основі багатомірного шкалювання.  3. Сировинний потенціал виноробної галузі зменшився. Площа виноградників у Криму за 1991-2000рр. скоротилася на 20,4 тис. га, розкорчовування в 5 разів перевищує закладення насаджень. Валовий збір винограду скоротився у півтора рази і в 2000р. склав 176 тис. тонн. У відношенні до валового виробництва України вироблене в Криму вино виноградне складає 35-41% (3 млн.дал.), коньяк – 10-30% (0,2 млн.дал.), шампанське – 7-10% (0,4 млн.дал.). Найбільш ефективне використання потужностей по виробництву шампанських вин (100%), по коньяку – у три рази менше ніж у цілому по країні (21%), а по вину виноградному – так само мало завантажені, як у середньому по Україні (15-20%). Основною статтею витрат у собівартості є сировина (55-60%). Невиробничі витрати незначні і не впливають на розмір собівартості.  4. Виноробна галузь Криму забезпечує 2-6% експортованої українськими виноробами продукції. Комбінат “Кримрадгоспвинпром” 70-80% продукції реалізує в Криму, експорт складає 4-12%. НВАО “Масандра” більш орієнтовано на експорт (30-50%). Найбільшим імпортером є Росія (75-86%). У залежності від довжини каналу реалізації вартість продукції зростає до 50%. Виноробні підприємства Криму прагнуть розвивати фірмову торгівлю, кооперацію з відомими виробниками алкогольної продукції.  5. Прибуток від реалізації виноробної продукції НВАО “Масандра” формує продаж марочних міцних і десертних вин (на 80%). Ефективність збутової діяльності знижується, за винятком продажі колекційних і сувенірних вин. У комбінаті “Кримрадгоспвинпром” найбільш рентабельна реалізація коньяку (40%), вина виноградного – у 2-7 разів нижче, ніж у НВАО “Масандра”. Однак, відзначається тенденція її збільшення, за рахунок реалізації міцних і столових ординарних вин. На зміни прибутку постійні витрати, обсяг реалізованої продукції та її асортимент істотно не впливають. Негативний вплив змінних витрат компенсовано зростанням цін реалізації. На основі методу найменших квадратів виявлено, що рентабельність продажу виноробної продукції на 53,6% визначається величиною змінних витрат (залежність відображає рівняння параболи п’ятого ступеня).  6. Найбільший вплив на діяльність виноробних підприємств оказує відсутність боротьби з фальсифікацією, нестабільність податкової системи. Найменший вплив має цільове фінансування, політика ціноутворення і патентування. У загальній структурі споживання виноробної продукції питома вага фальсифікованої складає: шампанського – 25-30%, коньяку – 30-40%, вина виноградного – 40-60%.  7. Основними споживачами виноробної продукції серед міського населення є особи у віці від 31 до 50 років (близько 50%). Найменше споживання спостерігається в групі від 18 до 24 років (11%). Найбільший попит існує на шампанське і міцні ординарні вина (16%). Споживання десертних вин і коньяків складає близько 10%. Питома вага витрат у бюджеті родини на виноробну продукцію складає 2,6%. Співвідношення в споживанні виноробної продукції між містом і селом дорівнює 4:1. Модель визначення попиту на виноробну продукцію дозволяє в стислий термін і з порівняно невеликими витратами одержати репрезентативний прогноз попиту на короткострокову перспективу. Отриманий профіль споживання дає одночасно інформацію про споживання виноробної продукції по вікових групах і видах продукції.  8. Потенціал економічної ефективності реалізації виноробної продукції може бути реалізований шляхом ефективного використання виробничих потужностей, що забезпечить приріст прибутку на 2-4%, контролю змінних витрат – до 35%, зміни асортименту реалізованої продукції – 5%, стимулювання збуту – до 20% , скорочення втрат – 8-10% грошового виторгу. Більш високий потенціал економічної ефективності реалізації має комбінат “Кримрадгоспвинпром”. Практично відсутні резерви підвищення ефективності реалізації коньяку, по інших видах продукції існують резерви у сфері виробництва і реалізації. Потенціал економічної ефективності реалізації НВАО “Масандра” менш значний, по десертних марочних винах практично реалізований і зберігся лише для ординарних вин, причому більш ефективно варто використовувати виробничий потенціал.  9. Запропонована методика розподілу прибутку в системі “виробник сировини – виробник виноматеріалів – завод вторинного виноробства” є найкращою економічною базою для встановлення тісних зв’язків між підприємствами в межах однієї сировинної зони. При цьому розрахунок суми розподіляємого прибутку повинен здійснюватись за методикою визначення чистого прибутку з урахуванням витрат на продукцію, вироблену на кожному з етапів виготовлення виноробної продукції. | |