

**СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СИТУАЦИИ НА
ВИНОГРАДАРСКО–ВИНОДЕЛЬЧЕСКОМ РЫНКЕ АР КРЫМ**

Формирование рыночных отношений в Украине требует изучения теоретических предпосылок и зарубежного опыта в вопросах обеспечения конкурентоспособности виноградарско–винодельческого производства. Необходимо указать, что в развитых странах продовольственный рынок, в том числе и рынок виноградарско–винодельческой продукции, является объектом постоянного внимания ученых и практиков. Для этого рынка характерно наличие конкурентной борьбы разного характера и интенсивности.

Среди основных направлений виноградарско–винодельческого рынка, по нашему мнению, ближе всего к рынку совершенной конкуренции рынок винограда. Это обусловлено тем, что чистая конкуренция охватывает многих мелких покупателей и продавцов винограда, которые не влияют на формирование рыночной цены, нет барьеров выхода на рынок. Конкурентную среду производства винодельческой продукции продолжительное время характеризовали как рынок олигополии.

Проблемы конкурентоспособности и необходимость учета факторов для производства качественной виноградарско–винодельческой продукции нашли отражение в научных трудах многих ученых. По мнению Степанова А.А. и Пучковой Е.Е. актуальным является разработка механизмов конкурентоспособности АПК и виноградо–винодельческой отрасли в частности [1, с.60]. Авторами обращается внимание на то, что создавшееся положение является препятствием для развития отрасли, поэтому виноградарско–винодельческие предприятия не имеют средств для увеличения мощностей, совершенствования производства, осуществления мер, обеспечивающих конкурентоспособность продукции как на отечественном, так и на зарубежных рынках.

Авторы существующих сегодня методических рекомендаций по оценке конкурентоспособности продукции чаще всего сосредотачивают свое внимание на промышленных изделиях. Конкурентоспособность виноградарско–винодельческой продукции также исследуется, но в недостаточной степени.

Так, Кулешова Г.М. предлагает оценивать конкурентоспособность виноградарско–винодельческой отрасли с учетом уровня рентабельности, который, по ее мнению, позволяет отобразить значимость виноградарско–винодельческой продукции [2, с.90]. Однако на сегодняшний день очень много виноградарско–винодельческих предприятий, которые являются убыточными. Поэтому применение данной методики в современных условиях не является целесообразным. Аблязова С.А. для оценки конкурентоспособности виноградарско–винодельческой продукции использует 3 группы параметров: потребительские, экономические и коммуникативные. По ее мнению потребительские параметры конкурентоспособности определяют потребительскую ценность или полезность товаров и представлены двумя основополагающими характеристиками: качеством и ассортиментом [3, с.66]. Однако предложенная ею методика не позволяет оценить интенсивность конкуренции и проанализировать степень монополизации виноградарско–винодельческого рынка.

Целью статьи является анализ конкурентной ситуации на виноградарско–винодельческом рынке АР Крым. В соответствии с поставленной целью необходимо решение следующих задач: оценить деятельности отечественных производителей на рынке виноградарско–винодельческой продукции, определить факторы, формирующие конкурентные преимущества, рассчитать показатели конкурентоспособности виноградарско–винодельческих предприятий, а также выявить тенденции развития конкурентной ситуации на виноградарско–винодельческом рынке.

Для анализа конкурентной среды на виноградарско–винодельческом рынке в основу расчетов положим показатели интенсивности конкуренции, рассмотренные в работе Светуныкова С.Г., а также объемы реализации виноградарско–винодельческих предприятий АР Крым [4, с.48–66; 5, с.36–70]. Во-первых, интенсивностью конкуренции по распределению рыночных долей (U_d) оценивается сила влияния конкурентов, которые имеют одинаковую в размерах рыночную долю и аналогичную стратегию; интенсивностью конкуренции по динамике рынка (U_t) описываются тенденции определенной фирмы, связанные с перераспределением рыночных долей, которые в различной мере влияют на интересы конкурентов; интенсивностью конкуренции по рентабельности рынка (U_r) характеризуется соотношение спроса и предложения на рынке; во-вторых, динамикой развития рынка (T_m), которая характеризует годовые темпы роста рынка; в-третьих объемом рынка (V_m) (табл. 1).

С помощью рассчитанного индекса Харфиндела–Хиршмана проанализируем степень монополизации рынка виноградарско–винодельческой продукции, а также произведем дальнейший анализ вариации показателей. Данный показатель необходим для определения рыночных долей влияния на интенсивность конкуренции. Индекс определяется по формуле [4, с. 49]:

$$I_{HX} = \sum_{i=1}^n D_i^2, \tag{1}$$

где D_i – доля i -ой фирмы на рынке, в %; n – общее число фирм на рынке.

Из практики хозяйственной деятельности видно, что существует некоторая критическая пропорция долей двух независимых конкурентов, когда стремление к смене данной пропорции падает (табл. 2) [5, с. 36–70].

Таблица 1

Расчет показателей интенсивности конкуренции на рынке виноградарско–винодельческой продукции АР Крым за 2007 г.

Предприятие	Количество виноградарско–винодельческих предприятий	Реализовано виноградарско–винодельческой продукции, тыс. дал.	Удельный вес предприятий в реализации продукции, %	Расчетные значения			
	n	Vm	D_i	$D_i^2, \%$	D_i^2	$D_i - D_{cp}$	$(D_i - D_{cp})^2$
ГП Симферопольский винодельческий завод	1	161,5	2,5	6,4	0,064	1,1	1,2
ООО «Винодельческое предприятие «Дионис» ЛТД»	2	135,6	2,1	4,5	0,045	2,1	4,4
ГВП «Приветное» НПАО «Массандра»	3	65,9	1,0	1,1	0,011	6,5	41,7
ГП «Алушта»	4	87,6	1,4	1,9	0,019	4,8	23,5
ГП «Малореченское»	5	151,1	2,4	5,6	0,056	1,5	2,1
ГП «Таврида»	6	56,2	0,9	0,8	0,008	7,3	52,6
ДП «Крымский винный дом» ООО «L'EMPIRE DU VIN»	7	760,2	11,9	141,2	1,412	69,1	4769,5
ЗАО «Завод марочных вин и коньяков «Коктебель»»	8	996,4	15,6	242,5	2,425	144,0	20750,3
ЗАО «Феодосийский завод коньяков и вин»	9	65,2	1,0	1,0	0,010	6,5	42,4
ОАО «Солнечная долина»	10	58,6	0,9	0,8	0,008	7,1	49,7
ГП «Веселовское»	11	171,3	2,7	7,2	0,072	0,8	0,6
ГП «Завод шампанских вин «Новый свет»»	12	121,0	1,9	3,6	0,036	2,8	8,0
ГП «Морское»	13	179,2	2,8	7,8	0,078	0,6	0,4
ГП «Судак»	14	288,6	4,5	20,3	0,203	0,9	0,8
ГП «Ливадия»	15	167,6	2,6	6,9	0,069	0,9	0,8
НПАО «Массандра»	16	697,9	10,9	119,0	1,190	53,8	2897,2
ГП «Агрофирма «Магарач» НИВиВ «Магарач»	17	56,7	0,9	0,8	0,008	7,2	52,0
ГП «Совхоз–завод «Плодовое»	18	140,7	2,2	4,8	0,048	1,9	3,5
ЗАСО «Агрофирма «Черноморец»	19	472,5	7,4	54,5	0,545	14,5	211,5
ЗАО «Бурлюк»	20	12,5	0,2	0,0	0,000	11,4	129,9
ЗАО «Бахчисарайский винодельческий завод»	21	623,6	9,7	95,0	0,950	38,1	1454,2
СЗАО «Агрофирма «Крым»»	22	145,0	2,3	5,1	0,051	1,7	2,9
ООО «Алеф–Виналь–Крым»	23	282,4	4,4	19,5	0,195	0,7	0,5
ЗАО «Октябрьский вино–коньячный завод»	24	176,5	2,8	7,6	0,076	0,7	0,4
ОАО «Янтарный»	25	81,6	1,3	1,6	0,016	5,3	27,8
ГП «Первомайский винодельческий завод»	26	74,15	1,2	1,3	0,013	5,8	33,9
ГСП «Агрокомбинат «Виноградный»»	27	74,4	1,2	1,4	0,014	5,8	33,7
ДП «Агрофирма «Заветное»	28	94,1	1,5	2,2	0,022	4,4	19,5
Всего	28	6398,05	100,0	764,4	7,644	407,3	30615,1
D_{cp}	x	x	3,6	27,3	0,273	x	x

Эту пропорцию определяют как 2:1 и более, то есть это такое состояние на рынке, когда для двух конкурентов А и Б выполняется неравенство $D_a \geq D_b$. Наоборот отсутствие резкой разницы значений рыночных долей существенно повышает активность в борьбе за конкурентные преимущества.

Наиболее острая конкурентная борьба наблюдается при приблизительном равенстве долей. В этом случае при равной мощности конкурентов $D_a = D_b$, их стратегии практически идентичные, что означает неустойчивое положение на рынке виноградарско–винодельческой продукции, при отсутствии явных лидеров и аутсайдеров на нем.

Таблица 2

Распределение рыночных долей виноградарско–винодельческих предприятий АР Крым

Предприятие	Рыночная доля на конец 2006 г., (Sб)	Рыночная доля на конец 2007 г., (Sф)
ГП Симферопольский винодельческий завод	0,062	0,025
ООО «Винодельческое предприятие «Дионис» ЛТД»	0,015	0,021
ГВП «Приветное» НΠΑО «Массандра»	0,006	0,010
ГП «Алушта»	0,012	0,014
ГП «Малореченское»	0,001	0,024
ГП «Таврида»	0,010	0,009
ДП «Крымский винный дом» ООО «L'EMPIRE DU VIN»	0,111	0,119
ЗАО «Завод марочных вин и коньяков «Коктебель»»	0,263	0,156
ЗАО «Феодосийский завод коньяков и вин»	0,012	0,010
ОАО «Солнечная долина»	0,011	0,009
ГП «Веселовское»	0,001	0,027
ГП «Завод шампанских вин «Новый свет»»	0,024	0,019
ГП «Морское»	0,001	0,028
ГП «Судак»	0,007	0,045
ГП «Ливадия»	0,012	0,026
НΠΑО «Массандра»	0,171	0,109
ГП «Агрофирма «Магарач» НИВиВ «Магарач»	0,023	0,009
ГП «Совхоз–завод «Плодовое»	0,007	0,022
ЗАСО «Агрофирма «Черноморец»	0,010	0,074
ЗАО «Бурлюк»	0,000	0,002
ЗАО «Бахчисарайский винодельческий завод»	0,007	0,097
СЗАО «Агрофирма «Крым»»	0,010	0,023
ООО «Алеф–Виналь–Крым»	0,152	0,044
ЗАО «Октябрьский вино–коньячный завод»	0,048	0,028
ОАО «Янтарный»	0,009	0,013
ГП «Первомайский винодельческий завод»	0,005	0,012
ГСП «Агрокомбинат «Виноградный»»	0,008	0,012
ДП «Агрофирма «Заветное»	0,005	0,015
Всего	1,000	1,000

В случае когда рынок представлен конкурентами, имеющими равные доли, интенсивность конкуренции максимальная. Данное положение прослеживается на рынке виноградарско–винодельческой продукции, где четыре предприятия – ЗАО «Завод марочных вин и коньяков «Коктебель»», ДП «Крымский винный дом» ООО «L'EMPIRE DU VIN», НΠΑО «Массандра», а также ЗАО «Бахчисарайский винодельческий завод» находятся в почти одинаковых организационно–экономических условиях с рыночными долями –15,6 %, 11,9%, 10,9 % и 9,7% соответственно. Это подтверждает рыночную нестабильность и определенное обострение конкуренции, что проявляется в сокращении объемов производства.

Сложившаяся ситуация является основой для оценки интенсивности конкуренции на заданном рынке с помощью определения степени схожести рыночных долей конкурентов. Для такой оценки пользуются коэффициентом вариации, равным отношению среднеквадратического отклонения долей к их среднеарифметическому значению. Чем выше коэффициент вариации, тем ниже интенсивность конкуренции, и наоборот.

Расчитанный индекс (1) говорит о том, что рынок виноградарско–винодельческой продукции находится в стадии, близкой к олигополии, что ставит под сомнение функционирование рынка по типу чистой конкуренции. Его значение составляет 0,076 и при доли производителя–лидера 15,6 %. Для подтверждения рассчитаем другие показатели монополизации, используемые в мировой практике, а именно метод фиксированного числа предприятий (CR), который хорошо себя показал при анализе степени монополизации на рынке виноградарско–винодельческой продукции. Основные положения по данной проблематике рассмотрены в трудах многих отечественных ученых–экономистов и исследователей. Определенную популярность имеют четырех или десятидолевые показатели конкуренции.

Четырехдолевой метод (CR4) определения доминирующего положения из приведенных выше предприятий был положен в основу расчетов по таким критериям: первому предприятию

принадлежит более 1/3 всего оборота; трем и менее предприятиям принадлежат менее 1/2 всего оборота; пяти и менее предприятиям принадлежат более 2/3 оборота.

Из этих условий следует, что рынок виноградарско–винодельческой продукции АР Крым не является монополизированным, поскольку не отвечает ни одному условию четырехдолового метода. Так ЗАО «Завод марочных вин и коньяков «Коктебель»» владеет 15,6 % от общего оборота, ДП «Крымский винный дом» ООО «L'EMPIRE DU VIN» – 11,9 %, НПАО «Массандра» – 10,9 %, что в сумме по трем виноградарско–винодельческим предприятиям составляет 38,4 %. Последнее сомнение относительно доминирующего положения развеивает то, что суммарный оборот пяти крупнейших виноградарско–винодельческих предприятий составляет менее 2/3 (52,5%).

Из приведенного примера олигополистического рынка виноградарско–винодельческой продукции следует то, что необходимо выделить тенденции дальнейшего развития, а также сравнительные приоритеты между ними. В конечном варианте это является моделью организационно–экономического механизма повышения конкурентоспособности виноградарско–винодельческих предприятий, которая отображает конкурентные отношения между виноградарскими и винодельческими предприятиями.

Как видно из табл. 2, доля рынка, которая принадлежит лидеру (ЗАО «Завод марочных вин и коньяков «Коктебель»»), четко отвечает условиям их перераспределения между ним и относительным конкурентом, а также теми, кто имеют наименьшую рыночную долю.

У ДП «Крымский винный дом» ООО «L'EMPIRE DU VIN» и ЗАО «Завод марочных вин и коньяков «Коктебель»» в 2006 г. соотношение рыночных долей составляло 1:2,4. В 2007 г. эта пропорция сменилась не в пользу наиболее влиятельного предприятия, и рыночная пропорция соответственно составила 1:1,3, что менее теоретического положения перераспределения, а также изменения произошли в тех предприятиях, где их конкурентная сила в предыдущем году была наименьшей. Все это говорит об обострении конкуренции на рынке виноградарско–винодельческой продукции и увеличении рыночной силы тех предприятий, которые в начале 2007 г. были мало заинтересованы в данном сегменте рынка.

По приведенному выше плану определения общей интенсивности (U_k), рассчитаем показатель интенсивности конкуренции по распределению рыночных долей (U_d) по формуле [4, с.50]:

$$U_d = 1 - \frac{\sqrt{(1/n) \cdot \sum (D_i - D_{cp})^2}}{D_{cp}}, \quad (2)$$

где n – количество предприятий на рынке виноградарско–винодельческой продукции; D_i – доля виноградарско–винодельческого предприятия на рынке; D_{cp} – средняя рыночная доля, которую занимает одно предприятие и рассчитывается по формуле [4, с.50]:

$$D_{cp} = \frac{1}{n}, \quad (3)$$

Подставив значения в формулы 2 и 3 определим интенсивность конкуренции по распределению рыночных долей на рынке виноградарско–винодельческой продукции в АР Крым, который в 2007 г. составил –8,185. Отрицательное значение U_d говорит о том, что интенсивность конкуренции по перераспределению рыночных долей слабо выражена.

Показатель динамики развития рынка определяется по формуле [6, с.50]:

$$T_m = \frac{V_m - V_m'}{V_m} \times \frac{1,2}{t} + 1, \quad (4)$$

где V_m' и V_m объем рынка на начало и конец анализируемого периода, t – время периода.

Оценка конкуренции на рынке была проведена за 2005–2006 гг. Рынок виноградарско–винодельческой продукции за этот период в АР Крым увеличился на 93,3 млн. дал. Отсюда индекс темпов развития рынка виноградарско–винодельческой продукции составил + 1,160. Используя общую методику, показатель интенсивности по темпам развития рынка виноградарско–винодельческой продукции (U_t) подставляем к общепринятым условиям. Если значение показателя динамики рынка $T_m > 1,4$, то $U_t = 0$; при $0,7 < T_m < 1,4$ рассчитывают $U_t = (1,4 - T_m)/0,7$, когда $T_m \leq 0,7$, а $U_t = 1 - u$ – в этом случае конкуренция является максимальной.

В этих условиях определяем интенсивность конкуренции по динамике развития рынка виноградарско–винодельческой продукции (U_t) по АР Крым, который составляет 0,343. По этому показателю, показывающему частоту конкуренции, этот рынок является конкурентным, несмотря на объемы прироста виноградарско–винодельческой продукции на нем и среднее распределение рыночных долей. Также необходимо принять во внимание то, что рынок виноградарско–винодельческой продукции за счет этого показателя является достаточно привлекательным. Возможно это одна из предпосылок дальнейшего его перераспределения. Но без расчета показателя

рентабельности рынка невозможно в полной мере определить внутренние изменения к его перераспределению.

Рентабельность рынка определяется по формуле [4, с.51]:

$$R_m = \frac{B_{np}}{B_v} \times \frac{12}{t}, \quad (5)$$

где B_{np} – валовая прибыль, полученная конкурентами на рынке виноградарско–винодельческой продукции за определенный период; B_v – валовые затраты конкурирующих предприятий, входящих в данный рынок за этот же период.

За счет полученных результатов рентабельности рынка определим коэффициенты интенсивности конкуренции (U_r). При условии если: $0 < R_m < 1$, то $U_r = 1 - R_m$, а при $R_m < 0$, то $U_r > 1$. Отсюда коэффициент интенсивности по рынку составляет 0,805. Данный коэффициент подтверждает то, что рынок виноградарско–винодельческой продукции АР Крым имеет высокий показатель рентабельности и привлекателен для увеличения конкурентов.

Рынок виноградарско–винодельческой продукции АР Крым динамически растущий, заинтересовывает новых конкурентов, в своей основе имеет закрытый тип и является прототипом олигополистического рынка с некоторыми особенностями. Данный рынок функционирует за счет интенсивного развития виноградарско–винодельческих предприятий, которые имеют наибольшие доли рынка. Недостатком данного рынка является его неустойчивость, которая зависит от дальнейшего перераспределения влияния виноградарско–винодельческих предприятий на этом рынке. Становление рынка потребителя виноградарско–винодельческой продукции должно осуществляться под действием конкурентных сил, в основе которых лежит интенсивный способ производства продукции, повышение предпринимательской маневренности в виде создания мини–заводов по переработке винограда, а также формирование эффективного механизма функционирования виноградарско–винодельческих предприятий, который обеспечит защиту от рыночных рисков и укрепит их производственный потенциал.

Литература

1. Степанов А.А., Пучкова Е.Е. Оценка конкурентоспособности региональной продукции виноделия // Сборник научных трудов. Серия «Экономика» / СевКавГТУ, Ставрополь, 2002. – С. 57–62.
2. Кулешова Г.М. Методические подходы к оценке конкурентоспособности виноградарско–винодельческой продукции / Методические основы современного исследования в аграрной экономике // Материалы Международной научно–теоретической конференции. – в 3–х т., – Житомир, 2005. – ч.2. – 180 с.
3. Аблязова С.А. Методика оценки конкурентоспособности новой виноградарско–винодельческой продукции // Экономика Крыма. – 2006. – № 17. – С. 66–68.
4. Светульников С.Г. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью. – М.: Маркетинг, 2001. – 244 с.
5. Статистичний щорічник АРК за 2006 рік. – Сімферополь, 2007. – 576 с.