

УДК 332.146.2

UDC 332.146.2

08.00.00 Экономические науки

Economic sciences

**НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ВИНОДЕЛИЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ****NEW POSSIBILITIES FOR RISING
COMPETITIVENESS OF THE KRASNODAR
REGION WINEMAKING**

Щербакова Татьяна Серафимовна

к.э.н., доцент

РИНЦ SPIN–код=5399-3064

РИНЦ Author ID=485830

*Российский университет дружбы народов,
Москва, Россия*

Scherbakova Tatyana Serafimovna

Candidate of Economic sciences, associate professor

RSCI SPIN–code=5399-3064

RSCI Author ID=485830

*Peoples' Friendship University of Russia, Moscow,
Russia*

Цветкова Лариса Константиновна

Аспирантка

РИНЦ SPIN–код=1990-6050

РИНЦ Author ID=799638

*Российский университет дружбы народов,
Москва, Россия*

Tsvetkova Larisa Konstantinovna

postgraduate

RSCI SPIN–код=1990-6050

RSCI Author ID=799638

*Peoples' Friendship University of Russia, Moscow,
Russia*E-mail: l_tsvetkova88@mail.ruE-mail: l_tsvetkova88@mail.ru

В России растет спрос на качественные виноградные вина. Пока спрос удовлетворяется в основном за счет импорта виноградных вин. Российские вина пока малоизвестны, и поэтому не востребованы. В статье предложены новые направления повышения конкурентоспособности виноделия Краснодарского края, с учетом использования сложившихся в крае возможностей. В связи с проведением двух Олимпиад в Сочи в Краснодарском крае построено много новых объектов спортивного, культурного, жилого назначения, объектов инфраструктуры, существенно обновлены гостиницы, санатории и др. Сочи имеет возможность круглогодично принимать на высоком уровне участников различных международных и государственных, культурных мероприятий, спортивных соревнований и т.п. Кроме того, Краснодарский край – это курорты Черноморского побережья и Азовского моря. Сегмент HoReCa в Краснодарском крае представлен в значительном количестве и требует обслуживания на высоком уровне. Это означает, что появилось совершенно новое направление по организации сбыта продукции виноделия в больших количествах на постоянной основе, в первую очередь, на местном рынке. В работе предлагается программа эксклюзивного обслуживания сегмента HoReCa, реализация которой может быть осуществлена при активном участии региональных органов власти. Наиболее полная и эффективная реализация развития этого направления в крае возможна в рамках создания в регионе винодельческого кластера, в качестве механизма взаимодействия в котором может быть государственно-частное партнерство. В целом, винодельческая отрасль весьма перспективна, имеет значительный потенциал развития, как в

In Russia, the demand for quality grape wines is growing. While the demand is met mainly by import of grape wines. Russian wines are little known, and therefore are not claimed yet. New directions for improving the competitiveness of Krasnodar region winemaking, taking into account the use of the existing opportunities in the region are proposed in the article. Many new facilities of sports, cultural and residential destination, infrastructure, significantly upgraded hotels, motels, etc. are built in the Krasnodar region in connection with the two Olympic Games in Sochi. Sochi has a year-round opportunity to take high-level participants in the various international and national, cultural events, sporting events, etc. In addition, the Krasnodar region has a Black Sea resorts and the Sea of Azov. Segment HoReCa in the Krasnodar region is represented in significant numbers, and requires a high level of service. It means that a completely new direction for the marketing of wine products in large quantities on a regular basis, especially at the local market, appeared. The program of segment HoReCa exclusive service, the implementation of which can be carried out with the active participation of regional authorities is proposed in the article. The most complete and effective implementation of this trend is possible as result of the creation of the wine cluster in the region. The public-private partnership may be the mechanism of the interaction. Overall, the wine industry is very promising, has considerable potential for development both within the regional market and the subsequent prospects of manufacturers on the international market

пределах регионального рынка, так и последующие перспективы выхода производителей на международный рынок

Ключевые слова: КЛАСТЕР, КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ, ВИНОДЕЛИЕ, ВИНОГРАДАРСТВО, ПРЕДПРИЯТИЕ, СЕГМЕНТ HORECA

Keywords: CLUSTER, KRASNODAR REGION, WINEMAKING, VITICULTURE, ENTERPRISE, SEGMENT HORECA

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВИНОДЕЛИЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

В Краснодарском крае в настоящее время сложились очень благоприятные условия для развития виноделия. С одной стороны, климатические и почвенные условия края позволяют выращивать вино с региональным вкусом высокого класса, что сегодня особенно высоко ценится на мировом рынке. С другой стороны, в крае имеется большое количество как крупных, уже завоевавших себе имя винодельческих предприятий, так и малых предприятий, так называемого «гаражного» виноделия, производящих качественное вино, предприятий виноградарства, инфраструктуры, образования, науки, позволяющих осуществлять полный цикл виноделия в пределах цепочки создания ценности. Но пока продукция края, за исключением игристых вин, мало знакома российскому и мировому покупателю, и поэтому не пользуется спросом.

После проведения двух Олимпиад 2014 года в г. Сочи Краснодарского края имеется большой объем гостиничного фонда, современная инфраструктура, которые предполагается на постоянной основе использовать для проведения как крупных государственных и международных форумов и мероприятий, так и мероприятий спортивного, культурно-развлекательного характера и т.п., обеспечивая их полноценную загрузку. Например: ежегодный инвестиционный форум в Сочи,

ежегодный международный кинофестиваль, чемпионат мира по футболу 2018, построенная трасса для «Формулы 1» - для проведения соревнований в этом виде спорта, горнолыжные курорты Красной Поляны – для отдыха, тренировок и проведения соревнований, и другая спортивная инфраструктура для регулярного проведения соревнований и др.

Уже через год после проведения Олимпиады можно констатировать, что удастся обеспечивать круглогодичную почти полную загруженность всех объектов. А это означает, что значительно вырос оборот людей, приезжающих на мероприятия в Сочи.

Краснодарский край широко представлен многочисленными курортами и базами отдыха как на Черном море, так и на Азовском море.

Большое количество людей приезжает в Краснодарский край для отдыха самостоятельно и проживает в частном секторе.

Краснодарский край богат различными достопримечательностями, которые привлекают дополнительный поток туристов.

К примеру, на сегодняшний день разработан план мероприятий министерства курортов и туризма Краснодарского края и администрации муниципального образования г. Сочи на 2015 год по развитию российско-китайского туризма на территории Краснодарского края.

Все эти потоки людей требуют качественного обслуживания как с точки зрения питания и проживания, так и туристического обслуживания, сферы развлечений и др.

Все это означает, что в Краснодарском крае быстрыми темпами развивается так называемый сегмент рынка «HoReCa» - сфера индустрии гостеприимства: общественного питания (рестораны, кафе, бары, ночные клубы, предприятия кейтеринга) и гостиничного хозяйства (отели,

гостиницы, гостевые дома, сдача в аренду апартаментов). Название «HoReCa» от слов **H**otel, **R**estaurant, **C**afe/**C**atering¹.

Специфика данного рынка в том, что потребитель употребляет купленный продукт непосредственно в месте продажи. На данном рынке предъявляются особые требования к качеству продукта, каждый продукт с одной стороны, имеет самостоятельную ценность, но с другой стороны, еще и обеспечивают удовольствие, что сказывается на его цене.

Активное развитие рынка HoReCa в крае означает широкие возможности для развития виноделия Краснодарского края за счет эксклюзивного обслуживания данного рынка на регулярной основе как продуктами питания (винная продукция, соки), так и в части организации винного туризма, спа-процедур с вторичными продуктами виноделия, проведения различных мероприятий развлекательного характера. И вместе с тем выступает как возможность широкомасштабного продвижения продукции, так как в Краснодарский край приезжает значительное количество людей из разных уголков России и мира.

Сегодня этот сектор обслуживается в основном за счет импортной продукции.

Наиболее полная и эффективная реализация развития этого направления в крае возможна в рамках создания в регионе винодельческого кластера.

Пока предприятиям края это не выгодно, у каждого свои проблемы. Крупные предприятия уже достигли определенного уровня развития, имеют свои постоянные регионы сбыта. Их основной заботой является нехватка собственного винодельческого сырья, приходится покупать дорого импортное, не всегда требуемого качества. Малым предприятиям сложно и дорого обеспечивать продвижение и сбыт своей продукции.

¹ HoReCa RU.WIKIPEDIA.ORG сайт свободной интернет- энциклопедии Википедия [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/HoReCa> (дата обращения: 09.03.2015)

Не хватает складов, дорогая логистика.

Объединить интересы различных участников кластера возможно через программу эксклюзивного обслуживания винодельческим кластером растущего рынка NoReCa Краснодарского края. Это гарантированный сбыт продукции всех производителей, как крупных, так и малых предприятий виноделия при условии обеспечения собственным сырьем предприятиями виноградарства, целевых научных программ селекции, защиты растений, обработки почв, подготовки специалистов, развития единой инфраструктуры и др.

Краснодарский край представлен практически всеми участниками цепочки создания ценности: виноградные хозяйства по выращиванию виноматериала, крупные и мелкие винодельческие предприятия края, а также обеспечивающие и обслуживающие предприятия, вспомогательные участники.

Таблица

ВЫГОДЫ ОТ УЧАСТИЯ В ВИНОДЕЛЬЧЕСКОМ КЛАСТЕРЕ

Участники кластера	Выгоды от участия в кластере
<p>1. Ядро кластера: - крупные производители вина</p>	<ul style="list-style-type: none"> - гарантированные объемы сбыта - сокращение издержек приобретения необходимых ресурсов (сырья, материалов, оборудования) - полная загрузка производственных мощностей - снижение транзакционных и транспортных издержек - единая политика продвижения продукции - использование недостающей инфраструктуры
<p>- предприятия виноградарства</p>	<ul style="list-style-type: none"> - наличие постоянного заказчика - государственное финансирование - страхование рисков - адресная селекция
<p>2. Малое виноделие</p>	<ul style="list-style-type: none"> - постоянные каналы сбыта продукции - возможности продвижения продукции - снижение издержек дистрибуции - дополнительное привлечение инвестиций - пользование кластерной инфраструктурой
<p>3. Региональные органы власти</p>	<ul style="list-style-type: none"> - увеличение поступлений в региональный бюджет - гарантия отдачи на вложенные дотации в виноградарство - увеличение количества рабочих мест - достижение конкурентного состояния края в отрасли
<p>4. Государственные органы власти</p>	<ul style="list-style-type: none"> - увеличение поступлений в госбюджет - импортозамещение - повышение имиджа на мировом рынке
<p>5. «Обеспечивающие» предприятия (производители оборудования, упаковки, поставщики бочек, бутылок, пробок и этикеток, поставщики удобрений и т. д.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - наличие постоянного потребителя (ядро кластера) - стабильные и прочные связи – финансовая стабильность
<p>6. «Обслуживающие» предприятия (учебные заведения, научно - исследовательские организации)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - адресная подготовка специалистов - адресность научно-исследовательских разработок
<p>7. Сотрудничество с другими отраслями (туризм, медицина, косметология)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - повышение качества обслуживания и удовлетворенности клиентов - увеличение прибыльности - узнаваемость и востребованность продукции - безотходное производство - совместные программы развития

Источник: Составлено автором

Образование винодельческого кластера в рамках проведения региональной политики может помочь обеспечить условия для повышения конкурентоспособности входящих в него предприятий, будет способствовать повышению качества социально-экономического роста региона.

На рисунке представлена возможная структура участников винодельческого кластера Краснодарского края.

Всю сбытовую политику кластера целесообразно сосредоточить в Торговом Доме «Кубанские вина».



Источник: Составлено автором

Рисунок. Структура участников винодельческого кластера Краснодарского края

Взять на себя инициативу создания в регионе кластера должна администрация Краснодарского края. Именно на этом уровне может быть решена задача получения права обслуживания кластером сегмента HoReCa Краснодарского края в качестве эксклюзивного поставщика, разработана сбытовая политика с учетом интересов каждого участника кластера, осуществлена инвестиционная политика в сферу виноградарства, обновления оборудования и технологий производителей, постройки современной инфраструктуры, выстроена система компромиссов, обеспечивающая взаимовыгодность интересов участников.

Наиболее слабым звеном в цепочке является виноградарство, не хватает своего качественного сырья, поэтому в эту сферу требуются большие вложения, «длинные» деньги, так как в виноградарстве отдачу вложения капитала следует ждать минимум через 6-8 лет. Поэтому эта часть кластера может быть создана в виде госкорпорации, которая будет специализироваться не только на производстве виноматериалов, но и обеспечит участников другими услугами: на ее базе может быть создан машинно-технический парк по обработке виноградников, логистические центры и др.

Т.е в основе взаимодействия в кластере может быть государственно-частное партнерство.

ГЧП выступит в качестве организационного механизма взаимодействия субъектов кластера и финансирования их деятельности, специфической формой взаимодействия.

Реализация предложенного проекта ГЧП будет способствовать снижению предпринимательских и инвестиционных рисков при реализации кластер - ориентированной региональной политики.

Интересы других участников могут быть проявлены за счет предоставления услуг и совместного решения задач на возмездной основе: каждое предприятие может получать дополнительные выгоды от кластера,

оплачивая требуемые для повышения его эффективности функционирования предоставляемые услуги. Пока механизм взаимовыгодности не сформирован.

Уже сегодня на развитие виноградарства Краснодарский край в 2014–2020 гг. намерен направить свыше 4,7 млрд. рублей. Основная часть этих средств — 2,9 млрд. рублей пойдет на поддержку закладки новых виноградников². В условиях кластера гарантия возврата этих денег и повышения обеспеченности собственным сырьем и эффективности взаимодействия предприятия виноградарства – производители вина значительно возрастают.

Предложенный кластерный подход существенно меняет содержание региональной политики.

Именно в кластере в свете политики обслуживания сегмента HoReCa появляется интерес активного инвестирования и возможность гарантированного возврата вложенных средств администрацией региона.

Региональная поддержка кластера и регулирование рынка являются залогом обеспечения конкурентоспособности предприятий кластера, первоочередными направлениями являются:

1. Получение для кластера права эксклюзивного поставщика винодельческой продукции для рынка HoReCa Краснодарского края.

Помощь в разработке сбытовой политики кластера с учетом интересов каждого участника.

Быстро развивающемуся сегменту HoReCa Краснодарского края предприятиями кластера может быть предложено комплексное обслуживание: вино премиум и среднего класса, виноградный сок - как продукты питания; побочные продукты; винный туризм; медицинское и косметологическое обслуживание; сфера развлечений, - которое позволит

² Кубанский виноград «подогрели» субсидиями WWW.DG-YUG.RU сайт «Деловой газеты. Юг» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.dg-yug.ru/a/2013/10/31/Pjanaja_jagoda_manit_dengi (дата обращения: 31.10.2014)

использовать возможности каждого предприятия кластера, в первую очередь, могут преуспеть предприятия «гаражного» виноделия (малые предприятия).

В ресторанном бизнесе отмечается повышение спроса на вина by glass – по бокалам. Около 5-12 наименований вин «по бокалам» включены в позицию ресторанов и кафе.

Такой ход, как предложение вина в мини-упаковках в отелях по приемлемым ценам, что связано с желанием потребителей пробовать новые марки; а также и в барах/ресторанах, следуя советам официантов, создаст для производителей новый канал сбыта и поможет возродить моду на отечественное виноделие и неповторимый русский терруар, что позволит качественному российскому вину успешно конкурировать с западными напитками в сегменте HoReCa.

В свете программы эксклюзивного обслуживания сегмента HoReCa Краснодарского края в составе кластера появляется возможность гарантированного сбыта и продвижения продукции, снижения издержек на транспортно-складское обслуживание, увеличения объема продаж и положительной динамики развития как предприятий, так и подкомплекса края в целом.

2. Помощь в создании и обеспечении функционирования Торгового дома «Кубанские вина», который и будет реализовывать политику качества, торговую, сбытовую и маркетинговую политику кластера, выполнять функции эксклюзивного поставщика в сегмент HoReCa, помощь в создании сети фирменных магазинов на территории края. Создание в составе Торгового дома специализированного (винодельческого) маркетингового агентства в кластере, по примеру ряда крупнейших маркетинговых и рекламных агентств в Сан-Франциско, позволит представлять интересы кластера как на национальном, так и на

международном рынках, специализируясь только на обслуживании винодельческого комплекса.

Централизованная политика сбыта в сегменте HoReCa позволит адресно выстроить контроль качества, обязует предприятия виноделия заботиться о своей имиджевой составляющей.

12 июня 2014 года вступил в силу закон, согласно которому в Краснодарском крае установлен запрет на продажу алкогольной продукции в розлив. Однако проблема фальсификата в полной мере еще в крае не решена.

3. Помощь в создании «сильного» бренда «Кубанские вина».

Наличие «сильного» бренда позволяет потребителю быстрее принимать решение о покупке. А для производителей это возможность, предлагая уже известные бренды, продолжить развитие нового продукта, пополняя ассортимент.

Винодельческим предприятиям края остро не хватает узнаваемости и лояльности производимой продукции в широкой среде потребителей.

Уже сегодня администрация активно продвигает бренд «Вина Кубани – гордость России». Традицией может стать проведение праздников, ярмарок, профессиональных конкурсов, например, «Лучший винодел Кубани», и ежегодных фестивалей для популяризации вина бренда «Вина Кубани – Гордость России», участвовать в которых будут только местные производители.

Мероприятия такого рода должны носить и международный характер. Октоберфест самый большой из подобных праздников в Германии, который ежегодно посещают более 6 млн. человек из разных стран.

4. Совершенствование существующего в крае плана мероприятий «дорожная карта» по развитию виноделия в Краснодарском крае и всего административно-хозяйственного регулирования с учетом направленности деятельности винодельческого кластера на обслуживание рынка HoReCa.

С тем, чтобы и предприятия сегмента HoReCa были заинтересованы в эксклюзивной поставке и использовании кубанского вина, администрацией края может быть введено льготное налогообложение для предприятий, которые будут использовать продукцию кластера.

Одной из инициатив края может являться снятие излишних административных барьеров (к примеру, свободное предоставление земель), которые для легальных производителей вина имеют высокую финансовую нагрузку.

5. Особенно на первых порах существования кластера потребность в инвестициях будет существенная: на создание транспортно-складской инфраструктуры, помощь предприятиям в обновлении основных фондов, технологий и др. Администрация края в значительной степени может помочь кластеру в выстраивании инвестиционной политике по привлечению средств на развитие.

Возможно создание и собственного сельскохозяйственного страхового кооператива (ССК) в кластере, который предусматривает формирование резервного (гарантийного) фонда. Такие ССК уже существуют в Самарской и Астраханской областях, а также в Якутии. Пока они объединяют всего несколько фермерских хозяйств и лишь набирают опыт в данной сфере³.

6. В значительной степени развитию кластера администрация края может способствовать через развитие и поддержку широко распространенного в мире винного туризма, связанного с посещением географических мест выращивания винограда и производства вина (виноградарских хозяйств, винотек, винодельческих предприятий, выставочных и дегустационных залов, хранилищ вина, винных

³ Отвечает ли агрострахование современным потребностям сельхозпроизводителей WWW.STRAHOVKUNADO.RU Интернет-журнал strahovkunado.ru [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://strahovkunado.ru/insur/strakhovanie-fermerov.html> (дата обращения: 31.10.2014)

фестивалей, деревенских праздников, специализированных ресторанов и магазинов) с целью дегустации и приобретения винодельческой продукции непосредственно на месте произрастания и виноделия, знакомства с природными, культурными, гастрономическими традициями края, технологическими особенностями виноделия, оказание помощи в сборе винограда фермерским хозяйствам, пока, как возможность развития используется недостаточно, а может стать серьезным направлением формирования узнаваемости, потребительских предпочтений и лояльности к марочным географическим винам Краснодарского края⁴.

Уже сегодня это направление широко использует лидер по количеству туристов ЗАО «Абрау-Дюрсо» – более 120 тыс. человек ежегодно, по данным Минсельхоза региона.

Развитие винного туризма будет способствовать созданию дополнительных рабочих мест, увеличению межсезонного посещения рекреационных территорий, повышению культуры потребления вина, содействию популяризации продукции краснодарских винодельческих предприятий, и получению значительных дополнительных доходов от пребывания туристов.

7. Стимулирование взаимовыгодного сотрудничества предприятий кластера со смежными с виноделием сферами деятельности, использование вторичных продуктов, востребованных рынком.

Полный цикл производства, использование сегодня считающихся отходов винодельческого производства в виде косточек, жмыха и др. могут быть использованы как для увеличения оборота фирм через выпуск дополнительной лечебной, косметической, продукции, пищевых и кормовых добавок, так и в качестве дополнительной рекламы и повышения имиджа фирм.

⁴ Щербакова Т. С., Цветкова Л. К. Конкурентоспособность российского виноделия: проблемы и возможности развития / Т. С. Щербакова, Л. К. Цветкова // Вестник Российского университета дружбы народов: Экономика. – 2014. - №3. – С. 83

Выделенные направления подразумевают их практическую реализацию, которая в свою очередь позволит говорить о достигнутых конкурентных преимуществах как каждого предприятия в кластере, так и в целом кластера, региона, страны в виноделии.

Библиографический список

1. Кубанский виноград «подогрели» субсидиями WWW.DG-YUG.RU сайт «Деловой газеты. Юг» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.dg-yug.ru/a/2013/10/31/Pjanaja_jagoda_manit_dengi (дата обращения: 31.10.2014)
2. Отвечает ли агрострахование современным потребностям сельхозпроизводителей WWW.STRAHOVKUNADO.RU Интернет-журнал strahovkunado.ru [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://strahovkunado.ru/insur/strakhovanie-fermerov.html> (дата обращения: 31.10.2014)
3. Щербакова Т. С., Цветкова Л. К. Конкурентоспособность российского виноделия: проблемы и возможности развития / Т. С. Щербакова, Л. К. Цветкова // Вестник Российского университета дружбы народов: Экономика. – 2014. - №3. – С. 83
4. HoReCa RU.WIKIPEDIA.ORG сайт свободной интернет- энциклопедии Википедия [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/HoReCa> (дата обращения: 09.03.2015)

References

1. Kubanskiy vinograd «podogreli» subsidijami WWW.DG-YUG.RU sajt «Delovoj gazety. Jug» [Jelektronnyj resurs] Rezhim dostupa: http://www.dg-yug.ru/a/2013/10/31/Pjanaja_jagoda_manit_dengi (data obrashhenija: 31.10.2014) (In Russian)
2. Otvechaet li agrostrahovanie segodnjashnim potrebnoostjam sel'hozproizvoditelej WWW.STRAHOVKUNADO.RU Internet-zhurnal strahovkunado.ru [Jelektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://strahovkunado.ru/insur/strakhovanie-fermerov.html> (data obrashhenija: 31.10.2014) (In Russian)
3. Shherbakova T. S., Cvetkova L. K. Konkurentosposobnost' rossijskogo vinodelija: problemy i vozmozhnosti razvitija / T. S. Shherbakova, L. K. Cvetkova // Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov: Jekonomika. – 2014. - №3. – S. 83
4. HoReCa RU.WIKIPEDIA.ORG sajt svobodnoj internet- jenciklopedii Vikipedija [Jelektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <https://ru.wikipedia.org/wiki/HoReCa> (data obrashhenija: 09.03.2015)