

Якщо зараз підтримати кредитну кооперацію, створити належні правові умови, то у майбутньому мережа кредитних спілок зможе залучити міцні фінансові потоки та спрямувати їх у виробництво. Таким чином, незадіяні кошти будуть перетворені у капітал, що працює задля процвітання всієї економіки. До того ж у банків з'являться додаткові кошти у вигляді рахунків кредитних спілок, які вони, в свою чергу, будуть в змозі спрямувати на кредитування тих проектів, які потребують значних вкладень, легко контролюються, є потенційно дуже ефективними. Тут банки зможуть повністю використати свої переваги як великої кредитної установи.

#### Список літератури

1. Кучма Л.Д.. Указ Президента України «Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки». // Економіка АПК. — 2000. — № 1.

2. О положении денежно-кредитных отношений в области в январе-сентябре 2000 года // Одесские известия. № 208, 2000.

*В статье рассматривается современное состояние кредитных взаимоотношений сельскохозяйственных предприятий с банками. Автор делает ударение на необходимости поиска альтернативных источников финансирования и кредитования сельскохозяйственного товаропроизводителя.*

*In the article is considered the present situation of credit relationships between an agricultural enterprises and a banks. Authoress accents on the necessity of search of alternative sources of a financing and a crediting of an agricultural enterprises.*

УДК 336.714:663.255

### ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ІНВЕСТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА І ПЕРЕРОБКИ ВИНОГРАДУ

Харківський Д.Ф., Петруня Н.В.

*Описано стан розвитку виноградного агропромислового підкомплексу та пріоритетність залучення інвестицій у створенні інфраструктури даної галузі.*

Виноградні ягоди у свіжому та переробленому вигляді протягом тисячоліть є для людей незамінними продуктами харчування, що зміцнюють здоров'я, прикрашають побут і, нарешті, є джерелом доходів та добробуту самих виноградарів. В.І. Мічурін характеризував виноградарство як «одну з найміцніших основ землеробського благополуччя тих народів, які тим займаються».

Для України виноград є свого роду специфічною культурою, оскільки вона потребує певних кліматичних умов і тому є традиційною для Криму, Одещини та частини Миколаївщини і Закарпаття. На жаль, протягом ХХ ст.

© Харківський Д.Ф., Петруня Н.В., 2001

дана галузь зазнавала спустошень, за якими неодмінно наставало відновлення. Напередодні Великої Вітчизняної війни у нинішніх межах України загальна площа виноградних насаджень становила 103,2 тис. га. За переписом 1946 р., на Україні з урахуванням АР Крим збереглося 77,6 тис. га виноградників, за роки війни досить занедбаніх. Проте, держава, належно оцінюючи значення виноградарства і виноробства як можливих джерел продовольчого забезпечення і поповнення бюджету, сприяла прискоренню їх відновлення і розвитку. У червні 1944 р., коли ще йшла війна, Раднарком України прийняв постанову, якою затвердив заходи і термін приведення до нормального агротехнічного стану виноградників та завдання щодо нових посадок. У 1960 р. в Україні налічувалось 397 тис. га виноградників. Це була вагома частина національного багатства, а виноградна галузь на вітчизняній сировині забезпечувала 10 - 12 відсотків бюджету республіки.

Але, при високих темпах закладки були допущені прорахунки: недостатньо враховувались вимоги раціонального розміщення по зонах, по підборі сортів і підготовці площ. З метою здешевлення вартості робіт, с.-г. підприємства майже 40% усіх насаджень зайняли малоцінними сортами гібридів, які у багатьох державах Європи законодавчо заборонені. Це стало однією з причин надмірного переважання ординарних вин у структурі виноробної продукції України, частка ж марочних вин до 1986 р. не перевищувала 4,1 відсотка. Закупівельні ціни на виноград не змінювались протягом багатьох років і не забезпечували відповідного рівня рентабельності. Створений у галузі чистий дохід перерозподілявся між виробниками винограду, підприємствами по його переробці, торгівлею та державою через систему закупівельних оптових, роздрібних цін та ставками податку таким чином, що частка виробників винограду становила лише 9 - 10 відсотків.

Під впливом переважно економічних факторів з'явилася негативна тенденція скорочення площ насаджень винограду, зменшення його валових зборів. У колективних с.-г. підприємствах за період з 1961 р. по 1990 р. площа виноградників зменшилась до 49,3 тис. га, або у 5 разів. У радгоспах, яким надавалась державна підтримка, площі за вказаний період змінились незначно — з 113,2 до 107,9 тис. га. В результаті у господарствах усіх форм власності на початок 2000 р. залишилось 104 тис. га виноградників, тобто менше, ніж їх було до війни.

По Одеській області площа виноградників лише за останні три роки зменшилась з 61,1 тис. га у 1990 р. до 36,4 тис. га у 2000 р., або на 40 %.

Така тенденція виникла не випадково, викликана об'єктивними факторами, які, на жаль, недостатньо враховані при визначенні пріоритетів в організаційних заходах та обсягах і напрямках бюджетного фінансування. Найважливішими факторами є висока трудо-, енерго- та фондомісткість галузі, її технологічна складність, що характеризується специфічністю технічного оснащення та багаторічним циклом формування насаджень, що вимагає від товаровиробника довгострокових інвестицій з тривалим періодом окупності.

Висока трудомісткість галузі пояснюється тим, що для комплексної механізації виробничих процесів у виноградарстві не випускається необхідна кількість розроблених і запатентованих механізмів вітчизняним машинобудуванням. У цих умовах, враховуючи ускладнену демографічну ситуацію на селі, поглиблення диспаритету цін через подорожчання пального, добрив, хімікатів, саджанців тощо, виноградарі часто не знаходять іншого виходу як згортання галузі, трансформації земельних угідь, зміни виноградників зерновими культурами та соняшником. Що стосується виробництва винопродукції,

то в Одеській області у 1997 р. було вироблено 1170 тис. дал. виноградного вина, у 1998 р. — 780 тис. дал., у 1999 р. — 1000 тис. дал., у 2000 р. — 1150 тис. дал. Середньорічний темп спаду за ці роки складає 6,7 тис. дал., це означає, що щорічно виробництво виноградного вина на Одещині за останні 4 роки зменшувалося на 6,7 тис. дал., або на 0,7 %, хоч за 1998 — 2000 р. ці показники і покращувалися. Ще гірша ситуація спостерігається і з виробництвом шампанських вин. У 1997 р. в Одеській області було вироблено 14552 тис. пляшок шампанського, у 1998 р. — 11127 тис. пляшок, у 1999 р. — 633 тис. пляшок, а у 2000 р. — лише 560 тис. пляшок. В середньому за рік виробництво шампанських вин зменшувалося на 4651 тис. пляшок, або на 31 %.

Дана ситуація не повинна поглиблюватися. Адаптувати продукцію виноградної галузі для України є стратегічною в конкурентній боротьбі. Так, Україна, маючи відповідні природно-кліматичні умови для виробництва винограду, соків, вин, коньяків повинна, нарощуючи обсяги виробництва даної продукції, не тільки задовольняти потреби внутрішнього ринку, а й витіснити з ринків Росії, Білорусії, Прибалтики, країн Азії продукцію німецьких, французьких, молдавських та вірменських конкурентів за допомогою більш якісних та дешевих українських вино продуктів. На жаль, понад 90 % виробленого в Україні виноградного вина реалізується на внутрішньому ринку. Тому дана галузь повинна бути визначена в Україні як інвестиційно-пріоритетна, повинні бути створені кращі умови для інвестиційної діяльності виноградарів та виноробів. Саме на державному рівні слід змінити пріоритети спрямування коштів, матеріальних ресурсів за рахунок впровадження досягнень НТП знизити трудомісткість виробництва, собівартість продукції та підвищення урожайності винограду та його якості. Звичайно ж, для цього необхідно створити відповідну інфраструктуру галузі, яка має включати в себе підприємства з виробництва високоякісного садивного матеріалу, машин і механізмів для виноградарства і виноробства, тари і пакувальних матеріалів, науково-дослідні установи, які мають розробити нові технології виробництва вин.

За розрахунками спеціалістів, потреба в фінансах на 2001 р. у 8 разів більше від тих коштів, які будуть спрямовані на розвиток галузі. Тому, для цього, звичайно, повинен бути розроблений механізм розподілу коштів і їх доцільного використання на принципах часткового повернення після вступу насаджень у плодоношення. Крім того, підприємства з виробництва, переробки і реалізації винограду повинні бути тісно інтегровані між собою, що допоможе інвестувати в обіг протягом року тимчасово вільні кошти пайовиків

Створення інфраструктури виноградарсько-виноробних підприємств як пріоритетний напрям інвестування виноградного агропромислового підкомплексу України, сприятиме збільшенню обсягів виробництва, покращенню якості виноробної продукції та зростанню ефективності її виробництва.

*Описано состояние развития виноградного агропромышленного под-комплекса, а также приоритетность привлечения инвестиций в создание инфраструктуры данной отрасли.*

*In the article is decrypted the conditions of development of vine agro-industride subcomplex as well as priority of an attraction of investments to the creation of infrastructure of this brand.*

Рибакова О.В.

*Відсутність універсальної системи та програми маркетингу в агропромислово-му комплексі України потребує розробки методичних основ здійснення дослідної та стратегічної функції маркетингу. Автором наведено основні методи та напрямки використання методики маркетингових досліджень регіонального продовольчого ринку.*

Радикальне суспільно-економічне реформування, кардинально нова концепція розвитку, місце та роль маркетингу в системі економічних відносин вимагає розробки, обґрунтування та визначення пріоритетів методичних особливостей досліджень розвитку аграрної сфери економіки. Перебудова статистичної звітності, перегляд соціально-економічних показників, коригування напрямів наукового та економічного аналізу створюють суттєві проблеми у формуванні методики дослідження функціонування регіональних АПК, вирішення яких надасть можливість об'єктивно оцінити реальний стан, виявити тенденції та шляхи вдосконалення процесів суспільно-економічного розвитку регіону.

Особливої актуальності набуває використання методів дослідження, які забезпечують досягнення всебічного вивчення економічних явищ. Загально-відомими методами, які відповідають зазначеним вимогам є: статистико-економічний, монографічний, розрахунково-конструктивний, балансовий, експериментальний, економіко-математичний [4]. Однак, розробка, обґрунтування та впровадження методики дослідження функціонування регіональних АПК стає першочерговим завданням сьогодення, органічною частиною якої є маркетингове дослідження особливостей регіональних продовольчих ринків.

Методичними напрямками досліджень є: сегментація ринку на основі демографічних, географічних, психофізичних та поведінкових даних; визначення кількісних показників місткості та структури ринку; вивчення динаміки продажу, конкурентоспроможності продукції та стану конкуренції; аналіз можливостей, ризику, бар'єрів та кон'юнктури, що склалася на продовольчому ринку. [2]

Основними результатами дослідження продовольчих ринків є: оцінка кон'юнктурних тенденцій, виявлення позитивних та негативних факторів функціонування та прогнозування розвитку ринку або ринкової позиції певного виду продовольства. Важливим інструментом здійснення маркетингових досліджень є сукупність методів та напрямків їх проведення, на базі яких будують висновки про стан досліджуваного об'єкту, зокрема, продовольчого ринку регіону (рис.).

Маркетингові дослідження ринку продовольства повинні здійснюватися на базі наступних принципів:

- цілеспрямованість на досягнення кінцевого результату — ефективності виробничо-збутової діяльності;