доведение всех производственных, сбытовых, финансовых, маркетинговых процессов до состояния наиболее «рентабельных» с целью снижения управленческих и производственных затрат и увеличения прибыли компании, а также с целью достижения кратко-, средне- и долгосрочных целей компании и ведения по выбранному стратегическому курсу.

**Список литературы: 1.** Т. Баязитов, журнал "Управление компанией" 3, 2002, с 34-37 **2.** Mцller, K. The Marketing Mix Revisited: Towards the 21st Century Marketing by E. Constantinides. *Journal of Marketing Management*, 22(3), 439-450. **3.** Kotler, P. *Marketing Management* (11th ed.). Prentice Hall International Editions. **4.** Rafiq, M. & Ahmed, P. K. (1995). Using the 7Ps as A Generic Marketing Mix: An Exploratory Survey of UK and European Marketing Academics. *Marketing Intelligence & Planning*, 13(9), 4-15.

***М.І.МАТВІЄНКО,*** аспірант, КНЕУ ім. В.Гетьмана

## РОЗВИТОК ІНТЕГРАЦІЇ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ КРИМСЬКОГО РЕГІОНУ

***Розглянуто розвиток інтеграційних структур у виноробній галузі Криму. Висвітлені переваги та недоліки існуючих виноробних об'єднань.***

***Рассмотрено развитие интеграционных структур в винодельческой отрасли Крыма. Освещены преимущества и недостатки существующих винодельческих объединений.***

***The development of integration structures in the Crimean wine industry is considered. The advantages and disadvantages of the existing wine-making associations are represented.***

В сучасних умовах господарювання підприємства виноробної галузі для підвищення ефективності виробництва та забезпечення стійких конкурентних переваг на ринку використовують різні управлінські рішення, в т.ч. пов'язані зі створенням інтегрованих структур та агропромислових об'єднань. Не зважаючи на досить високий рівень розвитку спеціалізації та концентрації виноробного виробництва Криму в 70-80 р., трансформаційний перехід до ринкових відносин у 90-ті р., який супроводжувався порушенням міжгосподарських коопераційних зв'язків, призвів до переформатування існуючих та виникнення нових форм промислової інтеграції в виноградарсько-виноробному підкомплексі.

Невдалі спроби створення корпорацій на базі деяких державних виноробних підприємств та реструктуризація виноградарських колгоспів у КСП в умовах глибокої економічної кризи погіршили становище галузі. Так, за даними Держкомстату АР Крим за період 1990-2001 р. відбулося скорочення виробництва вина виноградного на 67,3%, коньяку – на 31,1% [1].

Лише після 2002 р. завдяки інтенсифікації процесів міжгалузевого переливу капіталу починають створюватися нові інтеграційні структури вертикального типу, які об'єднують підприємства різних стадій одного технологічного ланцюга: від заготівлі винограду, виробництва виноматеріалу та вина до його реалізації кінцевим споживачам. Перевагами цієї форми інтеграції є забезпечення виноробних заводів надійною сировинною базою; економія що викликана ефектом масштабу; мінімізація трансакційних витрат та створення синергічного ефекту.

Найбільш потужним різновидом регіональної інтеграції є НВАО «Масандра». До складу держконцерна входять: головний завод, який здійснює закупівлю виноматеріалів та вин у 3-х державних підприємств із закінченим циклом виробництва та 6-ти заводів первинного виноробства й частково компенсує витраті на закладку виноградників. Не зважаючи на досить низькі обсяги капітальних вкладень головним заводом у первинне виноробство (10-12%), перевагою НВАО є збереження наукового та виробничого потенціалу об'єднання, та нарощування обсягів випуску вина на 41,7% у 2002-2006 р. проти 1996-2000р.

Негативним досвідом державного втручання в інтеграційні процеси в виноробній галузі є створення об'єднання «Новий Світ» (ДП ім. П.Осипенко, ДП «Садівник», ДП «Плодове», ДП «ЗШВ «Новий Світ»), яке із-за протиріч, що виникли на рівні місцевих держадміністрацій, проіснувало не більше року.

Флагманом на шляху розвитку інтеграційних процесів вважається Перший Національний Виноробний Холдинг, який входить до складу корпорації «Логос» та поєднує ООО «Інкерманський Завод Марочних Вин», ООО «Качинський+», ЗАТ «Чорноморець» та ін. За останні 5 років ПНВХ було інвестовано 50 млн. долл. у модернізацію винзаводів, в реконструкцію старих і закладку нових виноградників [2]. Як результат, лише за липень 2009 р. продаж інкерманських вин зріс на 13%, а ринкова доля ООО «ІЗМВ» досягла рівня 11,6% [3].

Внаслідок великої зацікавленості певних осіб до сільськогосподарських земель Криму розпочались спроби рейдерських атак на винзаводи («Лівадія», «Золота балка», «Бахчисарайський ВЗ» та ін.), особливо тих, які приватизувались с порушенням чинного законодавства. Отже, в перспективі створення та розвиток нових інтегрованих об'єднань – це не лише засіб покращення економічного становища підприємств галузі, але й їх спільний правовий захист.

**Список літератури: 1.** *Черемисина С.Г.* Состояние производства и организационной структуры управления в виноградо-винодельческой отрасли Крыма // Економіка АПК. – 2006. – №6. – С.41. **2.** Маркетинговые новости за 03.10.2005 // Международная Маркетинговая Группа Украина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing-ua.com/marketingnews.php?id=3552. **3**. INKERMAN – лидер рынка тихих вин в Украине // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://wineholding.com.ua/ru/pressa/news