
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РОССИЙСКОГО ВИНОДЕЛИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ

Т.С. Щербакова, Л.К. Цветкова

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, д. 6, Москва, Россия, 117198

В данной статье рассмотрены и проанализированы проблемы и возможности развития виноградарства и виноделия в России в целом и Краснодарском крае в частности.

Цель исследования — предложить направления дальнейшего развития отрасли, которые повысят конкурентоспособность винодельческих фирм Краснодарского края: развитие распространённого в мире виноградарско-винодельческого туризма для формирования узнаваемости фирм края и потребительских предпочтений к марочным географическим винам Краснодарского края, безотходное производство как новый источник получения денежных средств предприятиями и дополнительная мера по рекламе, продвижению собственной продукции и повышению имиджа фирм.

Ключевые слова: виноградарство, виноделие, предприятие, конкурентоспособность, Краснодарский край, экспорт, импорт.

Российский рынок виноделия и виноградарства. Анализ динамике производства вина в различных странах, выявлению основных тенденций развития посвящено достаточное количество работ.

В статистическом докладе по мировому виноделию 2013 Международной организации виноградарства и виноделия [1] представлены данные о динамике и географии производства вина за период 2008—2012 гг.

Проблемам развития винодельческой отрасли России и винодельческих предприятий Краснодарского края посвящены труды Л.Т. Печеной и Д.Н. Феоктистова [3]; А.Н. Иванова [4]; Н.Ю. Сухиной, М.В. Кутина, Н.П. Артеменко [7].

В данной статье проведен более глубокий анализ российского виноградарства и виноделия Краснодарского края. Все рекомендации по повышению эффективности деятельности винодельческих предприятий даны исходя из особенности состояния отрасли в данном регионе.

Краснодарский край обладает уникальными конкурентными преимуществами, а у предприятий края есть сильные стороны, которые позволяют конкурировать и на мировом рынке.

Исторически виноградарство и виноделие в России не рассматривались как значимые с точки зрения развития страны, имели местное значение, были ориентированы на валовый сбор винограда и производство столовых вин в основном на местный рынок. Вместе с тем климатические условия рядов регионов России схожи со странами — производителями марочных вин, имеют широкие возможности для развития и повышения конкурентоспособности российского виноделия как на страновом, так и на мировом уровне.

Россия располагает сотнями тысяч гектаров земли, пригодных для виноградарства, однако сегодня, ее нет ни в одной десятке стран, лидирующих по выращиванию винограда.

По производству вина Россию обгоняет даже Африка.

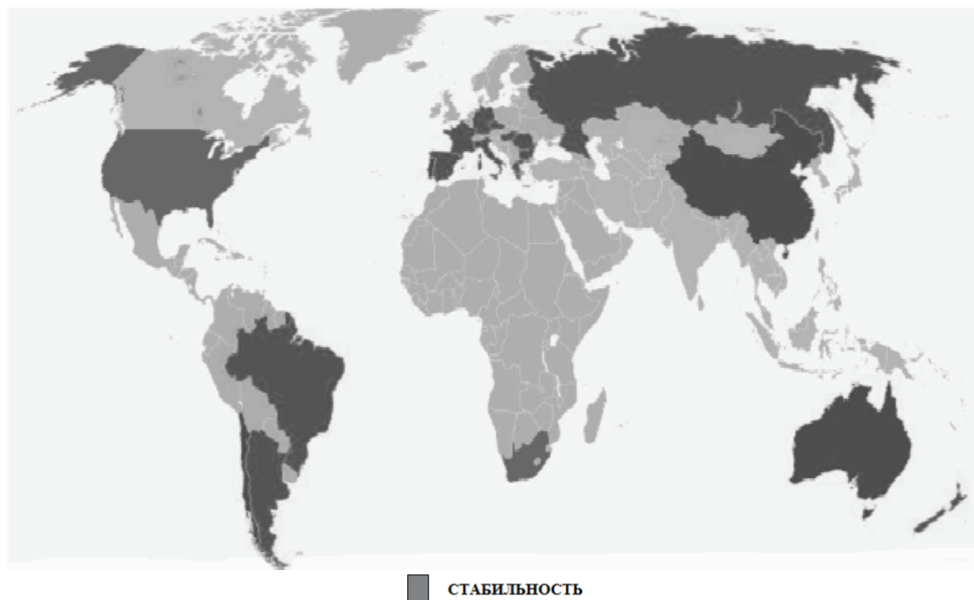


Рис. 1. Производство вина в 2012 году
 Источник: [1].

Данные о динамике и географии производства вина за период 2008—2012 гг. представлены на рис. 1 и в табл. 1.

Таблица 1

Темпы изменения объемов производства вина в мировом разрезе

Страна	млн гл	Темп роста 2008/2012
Аргентина	11 778	-20%
Австралия	12 660	2%
Бразилия	2 917	-21%
Болгария	1 337	-17%
Чили	12 554	45%
Китай	14 880	18%
Чешская республика	470	-44%
Франция	41 422	-3%
Германия	9 012	-10%
Греция	3 150	-19%
Венгрия	1 874	-46%
Италия	40 060	-15%
Новая Зеландия	1 940	-5%
Португалия	6 141	8%
Румыния	3 311	-36%
Российская Федерация	6 400	-10%
Испания	30 392	-15%
Южная Африка	10 037	-1%
США	20 510	-1%

Источник: [1].

Сокращение темпов производства вина во многих странах связано с климатическими условиями, изменениями в политической сфере, ослаблением поддержки этой отрасли на государственном уровне и др.

Аргентина, Чили, Китай, Великобритания, Индия и некоторые африканские страны активно используют эти тенденции для увеличения собственных объемов продаж на мировом рынке.

Глобализация рынка виноделия заставили производителей как можно более оптимально использовать площади, выбирать сорта, которые дают самые элегантные и в то же время богатые вкусы, и вдумчиво подходить к процессу изготовления вина. Изменение климата вызвало появление холодного виноградарства в странах, считавшихся для виноделия совершенно не подходящими.

Снижение темпов производства в виноделии многих стран — потенциальных конкурентов в этой сфере является благоприятным фактором для российского виноделия, имеющего растущий, положительно меняющийся в сторону качества вин спрос, а также значительные неиспользованные возможности их производства, но пока темпы производства вина в России снижаются.

Растущий спрос удовлетворяется в основном за счет импорта в Россию виноградных вин преимущественно итальянского, французского, испанского, украинского и молдавского производства.

Спрос на качественную продукцию является растущим, но неудовлетворенным.

Экспорт вина из России незначителен по сравнению с производством и импортом, соотношение объемов экспорта и импорта вина в России представлено в табл. 2.

Таблица 2

Баланс экспорта и импорта вин РФ, 2009–2013 гг. (млн л)

Параметр	2009	2010	2011	2012	2013
Экспорт	0,77	0,64	1,43	0,68	0,85
Импорт	162,84	177,78	322,07	322,05	351,17

Источник: [2].

Российским производителям пока довольно трудно конкурировать по качеству с зарубежными винами ввиду плачевной ситуации с виноградарством в стране.

Вместе с тем, несмотря на тяжелые условия для возделывания винограда во многих регионах России, такие регионы, как Южный и Северо-Кавказский федеральные округа, могут не только обеспечивать большую долю внутреннего спроса, но и способствовать увеличению доли экспорта российского вина на мировой рынок.

Основным сосредоточением зон отечественного виноделия являются четыре больших региона РФ. Лидирующие позиции (с точки зрения привлекательности для инвестиций) — у территорий близ Ростова и Краснодар. Свою отраслевую нишу имеют Ставрополье и Дагестан. Зоны отличаются между собой как климатом, так и развитием инфраструктуры.

Оценивая сырьевую базу винодельческой промышленности (по данным Минсельхоза РФ), можно отметить, что в настоящее время выращиванием винограда занимаются 175 специализированных хозяйств Краснодарского и Ставропольского краев, Дагестана, Кабардино-Балкарии, Чечни и Ростовской области, 87 из них имеют собственные заводы первичного виноделия и около 400 предприятий, осуществляющих розлив продукции виноделия [3].

Основную долю в производстве продукции виноделия занимают крупные винодельческие предприятия. Постепенно расширяется рынок семейного виноделия, малого виноделия (гаражное винное движение).

Рынок вин изменяется в сторону разнообразия, в последнее время определяющего сферу предпочтений потребителя в сортах и стилях вина, вкуса и букета вин, соотношении цены и качества, упаковки.

Современный потребитель ждет от вина более легкого, фруктового вкуса, и многие виноделы, следуя его пожеланиям, минимизируют бочковую выдержку или вовсе отказываются от нее. Сегодня в основном востребованы легкие сухие вина. Сладкие насыщенные вина не так популярны, а ценители таких вин ищут в них либо в прямом смысле изюминку (многим любителям вин нравятся вина из подвяленного винограда), либо какую-то особую изысканность — так, вина из винограда с благородной гнилью и айсвайны (ледяные вина) пользуются спросом и особенно ценятся гурманами.

В России основными видами выпускаемой винодельческой отрасли продукции (70—75% от общего объема производимых вин) пока являются столовые полусладкие вина, производство которых осуществляется путем купажирования сахаросодержащих веществ виноградного происхождения и сухих виноматериалов [4].

Значительный объем (более половины) российского вина производится из импортного дешевого сырья или из сырья неустановленного происхождения и является группой риска для потребителей. На рис. 2. изображена стратегическая канва характеристик винной продукции российских производителей.



Рис. 2. Стратегическая канва характеристик винной продукции российских производителей

Источник: Составлено автором.

Таким образом, продукции российских производителей для полноценной конкуренции с импортными винами не хватает узнаваемости, имиджевых характеристик, разнообразия вкусов, выдержки, которые и обеспечивают в современных условиях предпочтения выбора.

Рынок виноделия Краснодарского края весьма привлекательный, с растущим спросом и большими потенциальными возможностями. В последние годы показатели отрасли заметно растут. Так, за последние 10 лет производство вина увеличилось в шесть раз, с 4,1 млн до 24,4 млн декалитров [5].

Благоприятные условия для выращивания винограда, низкая стоимость рабочей силы, относительно низкая стоимость энергоносителей, благоприятное геополитическое положение обусловили внимание к этому региону иностранных производителей, которые выкупают земли на территории края, организуют выращивание винограда и производство собственного вина, в том числе на экспорт, что усиливает конкуренцию на данном рынке и заставляет российских производителей активно развиваться.

За последние годы винодельческие компании серьезное внимание уделяли обновлению техники и технологий, маркетинговой и ассортиментной политике, логистике, упаковке.

Основные характеристики деятельности ведущих предприятий края представлены в табл. 3.

Таблица 3

Характеристика предприятий на рынке виноделия Краснодарского края

Предприятие	Конкурентные и сравнительные преимущества
ЗАО «Абрау-Дюрсо»	Ведущий российский производитель шампанских и игристых вин, современное оборудование, собственное качественное сырье, высококвалифицированные специалисты, разработка новых конструкций существующего продукта (упаковка, дизайн, технологии), годовой объем производства составляет около 13 млн бутылок
ОАО АПФ «Фанагория»	Организация полного цикла виноделия, развитие собственной сети магазинов, площадь собственных виноградников достигает 2 500 га, обеспечение высокого качества продукции, собственное производство бочек, развитие технологий розлива вин
ООО «Кубань-Вино»	В составе крупнейшего винного холдинга «Ариант», современные разработки и технологии розлива вина, обеспечение высокого качества продукции
ОАО агрофирма «Южная»	В составе крупнейшего винного холдинга «Ариант», постоянное улучшение качества продукции, четвертая часть от всего перерабатываемого винограда по Краснодарскому краю, современное технологическое оборудование итальянских фирм, квалифицированные опытные специалисты
ООО «Мильстрим-Черноморские вина»	Собственная сырьевая база, закладки автохтонных сортов, расширение ассортимента вин, винодельческий завод полного цикла, 2007 году компания вошла в состав международного холдинга ТД «Межреспубликанский винзавод», первая в России фирма, которая представила вина в новой удобной упаковке Bag-in-Box («мешок в коробке»)

Предприятие	Конкурентные и сравнительные преимущества
ЗАО АФ «Мысхако»	Винодельческое хозяйство полного цикла, развитая сельскохозяйственная и промышленная база, техническое перевооружение предприятия, модернизация производства, официальный поставщик Кремля, высококвалифицированные специалисты
ЗАО «Кубанская лоза»	Собственные виноградники, современное оборудование, высокое качество производимой продукции, входит в состав предприятий холдинга «Геррус Групп»
ОАО «Аврора»	Château le Grand Vostock («Шато ле Гран Восток») — уникальный российско-французский проект, первое в России винодельческое хозяйство полного цикла, технология холодного розлива вин, высококачественные вина с яркой индивидуальностью, все оборудование импортировано из Франции, французские специалисты
Лефкадия	Европейское качество вина, современное оборудование, разнообразие сортов, опытное производство, иностранные специалисты и консультанты, усовершенствование процессов выдержки вина
ЗАО «Русская Лоза»	Четыре линии розлива вина: две — в упаковку Bag-in-Box, одна — в «тетра пак» (1л) и еще одна — в стеклотылку, выгодное экономико-географическое положение
ЗАО АПК «Геленджик»	Замкнутый производственный цикл, наличие собственной сырьевой базы (1000 га виноградников), полная независимость от поставщиков виноматериалов
ООО «Долина»	Современное оборудование (собственная лаборатория), широкий ассортимент вин, качество и популярные торговые марки, гибкость и умение быстро реагировать на изменение рынка

Источник: Составлено автором по [6;7].

Производство вина в абсолютном большинстве винодельческих стран ориентировано на повышение качества. В Краснодарском крае уже сейчас производятся вина, качество которых не уступает лучшим мировым образцам.

Расширяется ассортимент предложения в сторону увеличения доли марочных вин, расширения линейек производимых вин, купажа, появления новых марок.

Так, например, Ice Wine — это новый продукт компании «Фанагория», которая первой в России начала производство сразу трех сортов ледяного вина — «Рислинг», «Мускат», «Совиньон». В 2011 г. в линейке появилась еще одна новинка — уникальное красное ледяное вино из винограда сорта «Саперави».

Однако понятие качества вина тесно связано с качеством выращиваемого винограда. В Краснодарском крае в последнее время произведена замена сортов и технологий обработки земли и выращивания винограда, однако заложенные плантации требуемое качество в полном объеме начинают обеспечивать уже в более значительно зрелом возрасте саженцев, так что основной потенциал развития компаний за счет качества пока только в будущем. Многие фирмы работают в крае на привозном импортном сырье.

Поэтому еще сильны советские традиции валового производства столового полусладкого вина. Большую долю занимают игристые вина.

Инвестирование в сферу виноградарства и виноделия не обеспечивает быстрой окупаемости, требует «длинных» денег, связано с большими рисками, в первую очередь погодными, может эффективно осуществляться при внимании и поддержке этой сферы со стороны государства и местных краевых структур.

Так, например, несколько крупных производителей в последнее время столкнулись с финансовыми проблемами (компания «Русская лоза», которая входит в холдинг «М-Виником», также агрофирма «Саук-Дере», аффилированная с ЗАО «Мысхако»), некоторые предприятия остановили производство (РПК «Красноармейский» принадлежащая группе физических лиц) [8].

Не способствует активному развитию российского виноделия отсутствие собственного производства в родственных и поддерживающих отраслях (производства техники и оборудования, производства необходимых удобрений и средств обработки и ухода за почвой и растениями, производства пробок, бутылок, винных бочек и т.п.). А вместе с тем, например, краснодарский дуб считается у мировых производителей качественным сырьем и закупается для производства винных бочек.

В крае представлены учебные и научно-исследовательские структуры, обеспечивающие подготовку специалистов и научные разработки в области виноградарства и виноделия, которые можно было бы использовать более эффективно.

Есть все основания для формирования на территории края винодельческого кластера по образу и подобию цветочного кластера Нидерландов, являющегося лидером мирового цветочного рынка.

Оценка состояния российских винодельческих компаний края представлена в табл. 4.

Таблица 4

Сильные и слабые стороны винодельческих предприятий Краснодарского края

Аспект деятельности	Сильные стороны	Слабые стороны
1. Продукция и производство	<ol style="list-style-type: none"> 1. Современное оборудование и технологии. 2. Уникальность местных условий (география, геология, климат) и вкусовых качеств сырья. 3. Собственная сырьевая база. 4. Замкнутый цикл производства. 5. Возможность производить продукцию на уровне мировых стандартов качества 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая энергоёмкость производства. 2. Слабая загрузка перерабатывающих мощностей. 3. Рост теневого оборота фальсифицированной продукции. 4. Недостаточность «географической продукции»
2. Кадры	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наибольшее количество рабочих мест из всех отраслей сельского хозяйства [9]. 2. Высококвалифицированные опытные специалисты 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие винной культуры современного выращивания и производства вина
3. Маркетинг	<ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая оценка на международных конкурсах. 2. Развитие дегустационной деятельности (винный туризм). 3. Широкий ассортимент продукции. 4. Самостоятельная деятельность по сбыту своей продукции. 5. Положительный имидж предприятий 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Незрелость системы сбыта готовой продукции. 2. Слабая рекламная компания. 3. Малоизвестность продукции и компаний на российском и мировом рынках, отсутствие приверженности покупателей, имиджа

Аспект деятельности	Сильные стороны	Слабые стороны
4. Организация	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ручной сбор винограда. 2. Использование опыта работы иностранных консультантов. 3. Наличие предприятий с холдинговой структурой 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкий уровень механизации и культуры обработки и удобрения почв. 2. Отсутствие многих поддерживающих отраслей (техника и оборудование, пробки, бочки, удобрения и др.) 3. Импортная зависимость от поставщиков
5. Финансы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Инвестиционная привлекательность. 2. Собственная бизнес-политика 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Большие первоначальные вложения. 2. Необходимость «длинных» денег
6. Инновации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Новые уникальные проекты 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дороговизна проектов по модернизации

Источник: Составлено автором.

В целом, на рынке виноградарства и виноделия Краснодарского края можно констатировать повышение конкурентоспособности деятельности российских производителей. Вместе с тем деятельность компаний в значительной степени зависит от государственной политики в этой сфере, в полной мере не используются и возможности самих фирм в направлении повышения узнаваемости, повышения покупательской приверженности и лояльности, расширения рынков сбыта.

Повышение конкурентоспособности фирм Краснодарского края на рынке виноградарства и виноделия. Винодельческие предприятия края пытаются в основном выживать и развиваться за счет лидерства в издержках, организации сбыта продукции на местном рынке. Роль ценовой конкуренции на данном рынке велика, но на мировом рынке сегодня востребовано разнообразие вкусов, обусловленное географическим местом произрастания винограда.

В Краснодарском крае для этого есть уникальные возможности, винодельческие фирмы перестраивают уже свое производство в этом направлении, но значительная часть покупателей об этом просто не информирована, не имеет возможностей для дегустирования и формирования своей приверженности к подобной продукции. Востребованные на рынке самобытность и эксклюзивность при проверенном уровне качества вина можно рассматривать как основное направление повышения конкурентоспособности производителей Краснодарского края. Местные традиции производства, индивидуальные особенности региона, национальный колорит позволяют обеспечить эффективную политику продвижения собственной продукции.

Основным ключевым фактором успеха на данном рынке является международная признательность и имидж фирм как фактор потребительского выбора. Винодельческие предприятия края активно участвуют в международных выставках, занимая высокие места и награды. Но этих усилий недостаточно.

Краснодарский край — это не только сельскохозяйственный регион, благоприятный для выращивания и производства винограда, это регион, где расположено большое количество баз, пансионатов, домов отдыха, где широко развита сфера туризма. Количество туристов, приезжающих на курорты Кубани, по про-

гнозу Министерства курортов и туризма Краснодарского края, в нынешнем сезоне увеличится на 500 тыс. и достигнет 12,1 млн человек [10].

Широко распространенный в мире виноградарско-винодельческий туризм, связанный с посещением географических мест выращивания винограда и производства вина (виноградских хозяйств, винотек, винодельческих предприятий, выставочных и дегустационных залов, хранилищ вина, винных 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, пока как возможность развития используется недостаточно, но может стать серьезным направлением формирования узнаваемости, потребительских предпочтений и лояльности к марочным географическим винам Краснодарского края.

В этой связи разнообразные усилия доступны самим фирмам, но увеличить потенциал развития за счет данного направления в значительной мере могут региональные власти Краснодарского края, обеспечивая инфраструктурную, информационную, рекламную поддержку, включив это в стратегию развития края.

Виноград, виноградный сок, виноградные косточки в мире широко используются для лечения, спа-процедур. Это направление в сочетании со знакомством с местным образом жизни, обычаями, оздоравливающим проживанием в сельской среде, благоприятным климатом также является доступным и эффективным способом обеспечения рекламы виноделия Краснодарского края.

Полный цикл производства, использование считающихся отходами винодельческого производства 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.

В период сбора урожая, когда возрастает потребность в рабочих, зарубежные производители вина приглашают желающих участвовать в сборе и последующем процессе виноделия, что позволяет не только снижать издержки, но и впоследствии перевести в лояльных потребителей не только участников сбора урожая, но и членов их семей, друзей, знакомых, с которыми участники лично или через социальные сети делятся своими впечатлениями. Это относительно малозатратный, но весьма эффективный и доступный для российских компаний способ формирования приверженности к тем или иным производителям или маркам вина.

Другим направлением, способствующим активному развитию виноделия и виноградарства Краснодарского края, может стать государственная поддержка этой сферы бизнеса.

Виноградарство и виноделие не являются приоритетом развития государственной политики, не разработаны государственные стратегические цели развития этой отрасли, механизмы реализации целей развития, нет единой скоординированной государственной политики в области виноградарства, виноделия и оборота продукции. Так, например, виноградарство находится в ведении Минсельхоза России, а виноделие и продажа регулируется Росалкогольрегулированием. Государственная политика в этой сфере строится в основном в направлении увеличения акцизных сборов с винной продукции и усиления налоговой политики, ана-

логично алкогольной продукции, в то время как в мировой практике стран — лидеров в производстве вина государственное регулирование виноделия строится в направлении поддержки отрасли.

Вся деятельность направлена на пресечение нарушений в налоговой сфере; борьбу с суррогатами и фальсификатами плохого качества, причиняющими вред здоровью человека; изъятие из оборота продукции низкого качества; тарифно-таможенную политику в части ограничения ввоза импортной продукции.

Должное внимание к этой сфере деятельности, эффективное ее нормативно-правовое регулирование, помощь и поддержка в развитии складской и транспортной инфраструктуры, формирование политики инвестирования, кредитной политики, таможенно-тарифной политики продвижения российской продукции, развитие родственных и поддерживающих отраслей, помощь в формировании винодельческого кластера, объединяющего усилия всех или большинства звеньев цепочки создания ценности вина, могли бы в значительной степени способствовать увеличению объемов производства качественной продукции, импортозамещению, удовлетворению спроса как на внутреннем рынке, так увеличению экспорта на мировой рынок.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Статистический доклад по мировому виноделию 2013 Международной организации виноградарства и виноделия.
- [2] Анализ рынка вин в России в 2009—2013 гг., прогноз на 2014—2018 гг. WWW.BUSINESSSTAT.RU сайт ООО «Бизнес Статистика». — URL: http://businessstat.ru/images/demo/wine_russia_2014.pdf (дата обращения: 2.07.2014)
- [3] *Печеная Л.Т., Феоктистов Д.Н.* Современные тенденции, проблемы и перспективы развития винодельческой промышленности России // Виноделие и виноградарство. — 2013. — № 4. — С. 4—6.
- [4] *Иванов А.Н.* Расчетная оценка и прогнозирование емкости и степени насыщения винного рынка России // Российский академический журнал. — 2013. — № 3. — Т. 25. — С. 53—56.
- [5] Винные парадоксы Кубани WWW.DG-YUG.RU сайт издания «Деловая газета. Юг» — URL: http://www.dg-yug.ru/a/2013/07/04/Vinnie_paradoksi (дата обращения: 30.06.2014).
- [6] *Коновалова А.Е., Толмачева О.И.* Анализ и выявление конкурентных преимуществ региона за счет внедрения кластерных интеграционных систем организации производство (на примере винодельческой отрасли Краснодарского края) WWW.SCIENCEFORUM.RU/2014 VI Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум» 15 февраля — 31 марта 2014 года. — URL: <http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/9055.pdf> (дата обращения: 21.02.2014).
- [7] *Сухина Н.Ю., Кутин М.В., Артеменко Н.П.* Анализ развития предприятий винодельческой промышленности Краснодарского края WWW.CYBERLENINKA.RU Научная электронная библиотека «Киберленинка». — URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-razvitiya-predpriyatij-vinodelcheskoj-promyshlennosti-krasnodarskogo-kraja> (дата обращения: 21.02.2014)
- [8] Все вино Кубани WWW.SPIRT-EXPRESS.RU Сетевое издание Спирт-Экспресс. — URL: <http://spirit-express.ru/novosti/analitika/1462/> (дата обращения: 2.03.2014).
- [9] Винный бизнес в России: реалии и перспективы WWW.WINE-EXPERT.ORG НП «Восточно-Европейская Ассоциация сомелье и экспертов». — URL: <http://wine-expert.org/ru/publications/7/> (дата обращения: 10.05.2014).
- [10] *Карасев И.* Кубань встретит 12 миллионов туристов WWW.RG.RU сайт «Российская газета». — URL: <http://www.rg.ru/2014/03/25/reg-ufo/prognoz.html> (дата обращения: 29.06.2014).

LITERATURA

- [1] Statisticheskii doklad po mirovomu vinodeliyu 2013 Mezhdunarodnoy organizatsii vinogradarstva i vinodeliya.
- [2] Analiz rynka vin v Rossii v 2009—2013 gg., prognoz na 2014—2018 gg. WWW.BUSINESSTAT.RU sayt OOO «Biznes Statistika». — URL: http://businessstat.ru/images/demo/wine_russia_2014.pdf (data obrascheniya: 2.07.2014).
- [3] *Pechenaya L.T., Feoktistov D.N.* Sovremennyye tendentsii, problemy i perspektivy razvitiya vinodelcheskoy promyshlennosti Rossii // Vinodelie i vinogradarstvo. — 2013. — № 4. — S. 4—6.
- [4] *Ivanov A.N.* Raschetnaya otsenka i prognozirovanie emkosti i stepeni nasyscheniya vinnogo rynka Rossii // Rossiyskiy akademicheskii zhurnal. — 2013. — № 3. — T. 25. — S. 53—56.
- [5] Vinnye paradoksy Kubani WWW.DG-YUG.RU sait izdaniya «Delovaya gazeta. Yug». — URL: http://www.dg-yug.ru/a/2013/07/04/Vinnie_paradoksi (data obrascheniya: 30.06.2014).
- [6] *Konovalova A.E., Tolmacheva O.I.* Analiz i vyyavlenie konkurentnykh preimuschestv regiona za schet vnedreniya klasternykh integratsionnykh system organizatsii proizvodstva (na primere vinodelcheskoi otrasli Krasnodarskogo kraya) WWW.SCIENCEFORUM.RU/2014/ VI Mezhdunarodnaya studencheskaya electronnaya nauchnaya konferentsiya “Studencheskiy nauchyy forum” 15 fevralya — 31 marta 2014 goda. — URL: <http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/9055.pdf> (data obrascheniya: 21.02.2014).
- [7] *Sukhina N.YU., Kutin M.V., Artemenko N.P.* Analiz razvitiya predpriyatiy vinodelcheskoi promyshlennosti Krasnodarskogo kraya WWW.CYBERLENINKA.RU Nauchaya electronnaya biblioteka “Kiberleninka”. — URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-razvitiya-predpriyatiy-vinodelcheskoy-promyshlennosti-krasnodarskogo-kraja> (data obrascheniya: 21.02.2014).
- [8] Vse vino Kubani WWW. SPIRT-EXPRESS. RU Setevoe izdanie Spirt-Ekspress. — URL: <http://spirt-express.ru/novosti/analitika/1462/> (data obrascheniya: 02.03.2014).
- [9] Vinnyy biznes v Rossii: realii i perspektivy WWW.WINE-EXPERT.ORG HIP “Vostochno-Evropeyskaya Assotsiatsiya somele i ekspertov”. — URL: <http://wine-expert.org/ru/publications/7/> (data obrascheniya: 10.05.2014).
- [10] *Karasev I.* Kuban vstretit 12 millionov turistov WWW.RG.RU sait “Rossiyskaya gazeta”. — URL: <http://www.rg.ru/2014/03/25/reg-ufo/prognoz.html> (data obrascheniya: 29.06.2014).

COMPETITIVENESS OF RUSSIAN WINEMAKING: PROBLEMS AND OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT

T.S. Scherbakova, L.K. Tsvetkova

Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

This article describes and analyzes the challenges and opportunities of viticulture and winemaking development in Russia as a whole, and the Krasnodar region in particular. The purpose of research is to suggest the directions for further development of the sector, which will increase the competitiveness of wine companies in Krasnodar region. Among which there are: development of advanced viticulture — wine tourism in the world for generate of recognition region's firms and of consumer preferences to brand geographical wines of the Krasnodar region. Waste-free production is a new source of funds for enterprises and an additional measure of advertising, promoting their own products and improve the company's image.

Key words: Viticulture, winemaking, enterprise, competitiveness, Krasnodar region, export, import.