

CREȘTEREA PERFORMANȚELOR ÎNTEPRINDERILOR VINICOLE DIN REPUBLICA MOLDOVA ÎN BAZA PROMOVĂRII STRATEGIEI DE INTEGRARE PE VERTICALĂ

R. Țurcan

Universitatea Tehnică a Moldovei

INTRODUCERE

Rolul important al industriei viticole în dezvoltarea economiei Republicii Moldova, căreia în anul 2003 i-a revenit circa 21,2% din producția industrială totală, determină în mod direct necesitatea cercetării problemelor privind creșterea performanțelor întreprinderilor viticole.

1. DEZVOLTAREA INDUSTRIEI VINICOLE

Odată cu dezvoltarea viticulturii ca ramura de bază al agriculturii Republicii Moldova are loc dezvoltarea industriei viticole. Cea mai mare parte a întreprinderilor de prelucrare primară a strugurilor au fost construite în anii 1950-1970, când creșterea suprafeței plantațiilor de vii avea ritmuri sporite. Tot în această perioadă are loc lărgirea considerabilă a capacităților de producție (pe parcursul anilor 1960-1965 capacitățile de prelucrare a strugurilor se dublează). În perioada anilor 1970-1980 lărgirea capacităților întreprinderilor viticole are la bază căile intensive

care presupun reconstruirea și reutilizarea tehnică a fabricilor existente.

În anul 2003 în industria viticolă a Republicii Moldova activează 130 de întreprinderi care pot fi reprezentate în felul următor:

- 72 de fabrici de prelucrare primară a strugurilor;
- 8 fabrici de producere a divinului;
- 10 fabrici de producere a vinurilor spumante;
- 13 fabrici de producere a vinurilor spumoase;
- o fabrică de producere a vinului de tip Jeres (Ialoveni), una a vinului de tip Madejra (Orhei) și una a vinurilor de tip Marsala (Cărpini);
- 3 crame pentru păstrarea și maturarea vinurilor de calitate înaltă (Cricova, Mileștii mici și Brănești) cu o capacitate de 10 mil. dal.

Majoritatea întreprinderilor sunt localizate în partea centrală și de sud a Moldovei. Doar o singură fabrică este situată în nordul republicii: „Barză Albă” din or. Bălți. Această amplasare este condiționată în mod direct de localizarea zonelor de materie primă.

Este important de a urmări dinamica volumelor de producție a băuturilor alcoolice fabricate în țară (tabelul 1).

Tabelul 1. Dinamica volumelor de producție la întreprinderile industriei viticole

Anii	Vin de struguri îmbuteliat		Vinuri spumante și spumoase		Divin		Brandy, votcă și alte băuturi tari	
	VP, mil. dal	% față de anul precedent	VP, mii dal	% față de anul precedent	VP, mii dal	% față de anul precedent	VP, mii dal	% față de anul precedent
1980	21,7	-	414	-	635	-	1483	-
1985	12,8	59,0	864	208,7	828	130,4	1481	99,9
1990	16,3	127,3	804	93,1	1394	168,4	559	37,7
1995	9,3	57,1	948	122,4	589	42,3	2691	481,4
1999	6,7	72,0	909	95,9	301	51,1	1284	47,7
2000	7,4	110,4	521	57,3	416	138,2	1125	87,6
2001	11,9	160,8	646	124,0	559	134,4	963	85,6
2002	13,9	116,8	747	115,6	677	121,1	1286	133,5
2003	18,2	130,9	902	120,7	660	97,5	2106	163,8

Sursa: Prelucrat de autor în baza datelor prezentate de către Departamentul Agroindustrial „Moldova-Vin”

În general, în ultimii ani dinamica volumelor de producție în unități naturale la

întreprinderile viticole poate fi apreciată pozitiv. În anii 1999-2003 volumele tuturor tipurilor de

produse alcoolice au o tendință de creștere, excepție constituind dinamica volumelor vinurilor spumante și spumoase.

În Republica Moldova producerea vinurilor spumante este organizată după două metode: metoda clasică care asigură fabricarea producției de o calitate înaltă cu un ciclu de producție de 1-3 ani și metoda tradițională utilizată de toate întreprinderile ce fabrică această categorie de produse. Din cauza insuficienței mijloacelor circulante și costurile relativ înalte, ponderea vinurilor spumante obținute prin metoda clasică a scăzut considerabil: de la 30% în anul 1980 până la aproximativ 6% în anul 2003. Până în anul 1995 se observă o creștere a volumului vinurilor spumante fabricate, cauzată de creșterea considerabilă a cerințelor consumatorilor față de acest produs cât pe piața internă, atât și pe cea externă. Scăderea bruscă a volumului vinurilor spumante în anul 2000 este condiționată de urmările crizei economice din Rusia (anul 1998) care constituie principala piață de desfacere pentru producția viticolă moldovenească. În perioada anilor 2000-2003 se constată o tendință de creștere a volumului vinurilor spumante fabricate cu 73%.

În ceea ce privește dinamica volumului de vin îmbuteliat, pe parcursul ultimilor cinci ani ea are o tendință de creștere rapidă continuă, astfel încât în anul 2002 volumul produs a depășit de 3,4 ori nivelul anului 1999. Această tendință are loc pe baza creșterii cererii față de vinurile liniștite. În baza datelor prezentate se observă că cel mai mare volum a vinurilor îmbuteliate a fost atins în anul 1980. Diminuarea bruscă a volumului obținut în anul 1985 (aproximativ de două ori față de anul 1980) este legată de condițiile climatice nefavorabile pentru viticultură și începutul perioadei de luptă împotriva alcoolismului.

În perioada anilor 1980-1990 volumul de producere a divinurilor s-a dublat, mărindu-se de la 635 mii dal până la 1394 mii dal. În următorii ani tendința volumului de divin fabricat în țară se schimbă radical, atingând în anul 1996 valoarea de 190 mii dal, ceea ce e de 7,3 ori mai puțin decât în anul 1990. Volumul divinului produs în ultimii ani are o tendință de creștere continuă, dar cu ritmurile mai reduse decât a volumului vinurilor liniștite, mărindu-se în perioada anilor 1999-2003 de circa 2,2 ori. Acest lucru deja poate fi apreciat pozitiv.

Urmărind dinamica gradului de utilizare capacităților de producție în industria viticolă, constatăm că în perioada actuală ea variază în limitele 22-29%, astfel încât rezervele de producere sunt foarte mari. Deci, avem posibilități de sporire a volumului de produse viticole, optimizându-l în așa

mod ca eficiența economică a industriei viticole să fie maximă.

Cu toate că deja sunt întreprinse unele măsuri de restabilire a ramurii viticole, pe baza analizei sectorului dat efectuate în acest capitol, putem caracteriza situația ca nesatisfăcătoare: volumele băuturilor alcoolice produse sunt foarte mici (dacă le comparăm cu valorile anilor 1975-1985), calitatea producției viticole lasă de dorit, gradul de utilizare a capacităților este foarte jos, ponderea vinurilor tratate realizate în vrac este destul de mare, etc.

Reieșind din faptul, că industria viticolă este ramura de bază a economiei Republicii Moldova, considerăm strict necesar de a întreprinde măsuri care vor contribui la restabilirea și dezvoltarea durabilă a sectorului dat.

2. ARGUMENTAREA INTEGRĂRII PE VERTICALĂ A ÎNTEPRINDERILOR VITICOLE

Una din cele mai eficiente strategii, care va asigura creșterea performanțelor și dezvoltarea durabilă a sectorului viti-vinicol, este strategia de integrare pe verticală. Necesitatea promovării strategiei de integrare pe verticală este în primul rând bazată pe repartiția neuniformă a eficienței economice între participanții lanțului valoric de formare a prețului la producția viticolă.

Principalele neajunsuri ale repartiției eficienței economice între participanții lanțului sunt:

- Rentabilitatea întreprinderilor agricole ce cultivă vița de vie alcătuiește peste 25% doar pe parcursul ultimilor ani, pe când în perioada anilor 1994-1998 ea era extrem de joasă, ba chiar și negativă. Acest lucru a condiționat situația de criză cu care actualmente se confruntă întreprinderile viticole exprimată prin insuficiența materiei prime și nivelul redus al calității acesteia.
- În perioada de față situația în viticultură și-a luat deja un pas spre ameliorare, pe când starea întreprinderilor de vinificație primară este catastrofală, rentabilitatea acestora constituind circa 7-10%. Profiturile extrem de joase nu permit efectuarea investițiilor, ceea ce se oglindește în calitatea producției și costurile ei.
- Nu cu mult mai îmbucurătoare este situația întreprinderilor de vinificație secundară. În pofida faptului că rentabilitatea acestor întreprinderi este ceva mai înaltă, ele se confruntă cu insuficiența materiei prime și nu

dispun de mijloace suficiente pentru efectuarea investițiilor necesare.

- Cea mai favorabilă în acest lanț este situația întreprinderilor comerciale (rentabilitatea alcătuiește de la 30% în sus) prin ce și se demonstrează tendința antreprenorilor spre acest tip de activitate.

O altă motivație pentru promovarea strategiei de integrare pe verticală constă în evoluția dificultăților întreprinderilor viticole în relațiile sale cu furnizorii materiei prime, cauzate în cel mai mare mod de imposibilitatea satisfacerii intereselor economice a tuturor participanților.

Pentru ca producția viticolă a Republicii Moldova să poată fi competitivă pe piața mondială, însăși industria viticolă trebuie să devină o ramură modernă, performantă, cu o eficiență economică înaltă, ceea ce nu se va atinge fără atragerea investițiilor. Dirijarea eficientă a investițiilor în sectorul viti-vinicol se poate obține numai în cazul integrării acestui sector, astfel fiind bine evidențiate toate avantajele și neajunsurile fiecărei etape în formarea lanțului valoric.

Actualmente, pe piața mondială din toate caracteristicile produsului pe prim plan se situează calitatea. O calitate înaltă a producției viticole autohtone, astfel, ca ea să poată concura cu cele mai renumite vinuri din Franța, Italia etc. va fi asigurată numai în cazul integrării sectorului viti-vinicol.

Lista momentelor, care argumentează necesitatea integrării pe verticală a sectorului viti-vinicol poate fi completată în continuare, ținând cont de particularitățile individuale ale întreprinderilor.

După gradul independenței întreprinderile integrate pe verticală pot fi clasificate în următorul mod:

Asociațiile cu independență juridică deplină a întreprinderilor și organizațiilor ce intră în componența lor.

Asociațiile în care independența membrilor este limitată, centrându-se o parte a funcțiilor.

Asociațiile în care întreprinderile și organizațiile componente nu sunt independente, funcționând ca o organizație unică de producere.

În practica mondială, îndeosebi în țările înalt dezvoltate, asociațiile cu integrare pe verticală și-au găsit o largă răspândire. Strategia de integrare pe verticală este promovată de către întreprinderile industriale din diferite ramuri, pe când cel mai frecvent ea este întâlnită la întreprinderile industriei alimentare și a băuturilor. În țările avansate industria de prelucrare aparține anume producătorilor de materie primă. Spre exemplu în Italia o cooperativă de producere include circa 1300

de membri, deținând în total 1800 ha de viță de vie, astfel încât fiecare membru posedă cota sa. Fabricarea celor mai prestigioase vinuri franceze cu denumire de origine se efectuează anume în asociațiile integrate pe verticală.

3. CĂILE DE INTEGRARE PE VERTICALĂ A ÎNTEPRINDERILOR VINICOLE

E de menționat faptul, că Republica Moldova are deja o experiență bogată de integrare pe verticală agro-industrială, acumulată pe parcursul anilor trecuți. În timpurile Uniunii Sovietice pentru Republica Moldova era specifică existența sovhoz-uzină, unde se efectua cultivarea viței de vie și prelucrarea strugurilor. În continuare, vinul brut obținut se livra întreprinderilor de vinificație secundară, stabilite în mod centralizat. Pe integrarea întreprinderilor viticole cu cele comerciale accentul nu se punea, deoarece repartizarea efectului economic pe participanți nu juca un rol atât de important, totul aflându-se în proprietatea statului. Cu părere de rău, odată după desființarea URSS au dispărut și structurile cu integrare agro-industrială, astfel încât totul a fost supus procesului de privatizare și minuțios împărțit între membrii acestui proces. În așa mod, în perioada anilor '90 complexul viti-vinicol a intrat într-o criză dezastruoasă, ieșirea din care poate fi găsită numai revenind iarăși la integrare. Ținem de subliniat faptul, că integrarea actuală a sectorului viti-vinicol va fi mult mai complexă, bazându-se pe metode și tehnici noi și pe o calitate nouă.

În perioada de față, în industria viticolă a Republicii Moldova există deja unele elemente ale integrării pe verticală. Confruntându-se cu dificultăți legate de aprovizionarea cu materie primă, o bună parte a întreprinderilor viticole au recurs la integrare în amonte. În cazul acestui tip de integrare întreprinderile întrunesc în cadrul său și activitățile, care înainte au fost îndeplinite în mod separat de alte întreprinderi de vinificație primară și cele agricole.

Vom menționa câteva întreprinderi viticole care printre primele au recurs la integrare pe verticală în amonte:

1. ÎM „Lion-Gri” SRL – în anul 2003 este liderul în producerea vinului. La momentul actual această întreprindere este posesoare de circa 600 ha plantații de viță de vie. Dispune de o fabrică de vinificație primă proprie din s. Talmaza. Deține pachetele de control a acțiunilor la următoarele fabrici de vinificație primară: „Vierul-Vin” SRL,

„Botritis” SA, „Vinar” SA, „Tomai-Vin” SA, unde se prelucrează o parte considerabilă a materiei prime colectate. O parte semnificativă a strugurilor prelucrați se colectează de pe plantațiile sale, dar cumpărarea terenurilor agricole continuă, astfel încât „Lion-Gri” SRL tinde să-și asigure completamente baza de materie primă proprie.

2. CV „Cricova” SA – este o întreprindere de vinificație mixtă, aflată în proprietatea statului. Compania posedă o bază proprie de materie primă situată în zona Centrală (or. Cricova) – 98 ha și în zona de Sud (Cahul, s. Lucești) – 60 ha. Începând cu anul 2001 au fost efectuate investiții pentru plantarea noilor podgorii. Astfel, au fost plantate 16 ha cu soiul Pinot Noir și 14 ha – Sauvignon. Începând cu primăvara anului 2005 se intenționează plantarea încă 260 ha de viță de vie.

3. ÎM „Ungheni-Vin” SA – este o întreprindere agro-industrială de producere a strugurilor, de prelucrare a lor și de fabricare a producției finite într-un larg asortiment. În componența acestei asociații intră 5 fabrici de prelucrare primară a strugurilor și întreprinderea posedă plantațiile viticole proprii, însă recolta lor este insuficientă și se recurge la procurarea vinului brut din alte localități a republicii, în deosebi în zona de Sud.

4. „Vinimpex” SA – o întreprindere modernă specializată în producerea divinurilor. Pe parcursul anului 2003 a finanțat plantarea a 55 ha de viță de vie de soiuri albe care vor fi utilizate pentru producerea vinurilor albe materie primă destinate distilării, ceea ce va asigura un nivel înalt al calității producției.

Pe parcursul anului 2004 multe întreprinderi viticole au plantat suprafețele proprii de viță de vie, spre exemplu: „Asconi” SA – 330 ha; „Salcuța” SRL – 144 ha; „Sauron” SRL – 86 ha; CVSM ÎM „Vismos” SA – 84 ha; „Valea Viilor” SRL – 57 ha, etc.

Insuficiența materiei prime și calitatea ei joasă a impus întreprinderile la plantarea suprafețelor de viță de vie proprii. Toate acestea sunt elementele integrării pe verticală. În așa mod, pe parcursul anului 2004 au fost plantate circa 3,7 mii ha.

Cert este faptul că asupra tendințelor întreprinderilor viticole de a-și dezvolta baza de materie primă proprie un rol important a jucat formarea „Fondului de Susținere a Viticulturii”, elaborat de Departamentul Agroindustrial „Moldova-Vin”. Potrivit acestui regulament, Guvernul Republicii Moldova acordă viticultorilor care în anul 2004 vor sădi plantații viticole, subvențiile în valoare de 25 mii lei (aproximativ 2

mii USD) pentru 1 ha, cu condiția că suprafața plantației va fi nu mai mică de 5 ha. Sursa de finanțare vor constitui veniturile obținute în urma utilizării celor 72 de mărci, care se află în proprietatea statului. În rezultat, 116 unități economice au depus cereri pentru obținerea subvențiilor, pe când sursele acumulate în fondul respectiv sunt insuficiente. Pentru a acorda subvenții tuturor întreprinderilor s-a hotărât să se plătească în trei etape – 40%, 30% și 30%. Regulamentul în cauză a susținut semnificativ restabilirea complexului viticol, deoarece cheltuielile pentru crearea 1 ha de plantații de viță de vie constituie circa 120 – 130 mii lei (aproximativ 10 mii USD). În general, acest program a fost de folos nu atât agricultorilor (care nu dispun de surse financiare pentru plantarea 5 ha), ci pentru întreprinderile viticole, care urmăresc scopul de a-și dezvolta baza de materie primă proprie.

Acest tip de integrare a întreprinderilor viticole, în rezultatul căreia se asigură aprovizionarea cu materie primă proprie, se numește, după cum a fost menționat anterior, integrare în amonte. Mai există încă un tip de integrare pe verticală – integrare în aval. În cazul acestei integrări întreprinderile în cauză îndeplinesc funcțiile care anterior au fost îndeplinite de către clienții săi.

După cum se știe, etapa ulterioară a producerii vinurilor este comercializarea acestora. Evaluând eficiența economică a fiecărui participant în formarea lanțului valoric (tabelul 3), am constatat că rentabilitatea întreprinderilor comerciale constituie 22-28%, ba chiar și mai mult. Deci, integrarea întreprinderilor viticole cu etapa comercializării producției, prin dezvoltarea rețelelor proprii de distribuție, va constitui un element favorabil pentru creșterea eficienței economice. Cert este faptul, că întreprinderile viticole dispun de puține magazine de firmă (CV „Cricova” SA – 2 unități, CVSM ÎM „Vismos” SA – 1 unitate, „Aroma” SA – 1 unitate), drept cauză fiind cheltuielile mari de întreținere a acestora, care uneori nu sunt recuperabile. Deci, dezvoltarea de către fiecare întreprindere separat a unui număr mare de magazine de firmă este nerentabilă și nereală. Iar dacă ținem cont că cele mai mari profituri se obțin la etapa comercializării producției, găsim necesar de a integra într-un mod aceste activități, astfel încât profiturile în urma comercializării producției să intre în bugetul întreprinderilor viticole, și nu în „buzunarul” distribuitorilor.

Urmărind acest scop, noi propunem ca de către Departamentul Agroindustrial „Moldova-Vin” să fie creată o rețea de magazine pentru distribuția producției viticole a Republicii Moldova. De la bun început, acest proiect va fi lansat pe baza investițiilor atrase, iar apoi va fi preluat de către întreprinderile agricole.

Deci, Departamentul Agroindustrial „Moldova-Vin” le va propune participarea în acest proiect tuturor întreprinderilor viticole din RM doritoare să distribuie sine stătător producția sa, acumulând profiturile în urma comercializării ei. În așa mod, vor fi organizate magazine mari în care se va vinde producția viticolă a tuturor întreprinderilor, doritoare să participe în acest proiect. Cheltuielile curente de întreținere vor fi suportate de către toate întreprinderile participante în raport cu cota vânzărilor sale. Prețurile de realizare a producției în aceste magazine vor fi mai mici decât prin rețeaua altor distribuitori în care participă mai mulți intermediari. În așa mod, consumatorul va fi cointerestat să procure producția anume în rețeaua acestor magazine, obținând un șir de avantaje:

- avantaj de preț în raport cu alte unități comerciale;
- siguranța în proveniența și calitatea producției;
- o gamă enormă de producție, astfel încât necesitățile fiecărui client vor fi satisfăcute.

Deci, profiturile obținute în urma comercializării producției vor suplini bugetul întreprinderii. Dar, timp de 10-15 ani (cât va fi necesar) un oarecare procent mic din volumul profiturilor va fi acumulat de către Departamentul Agroindustrial „Moldova-Vin” cu scopul restituirii investițiilor efectuate de la bun început pentru formarea acestei rețele de magazine.

Principalul avantaj pe care îl vor obține întreprinderile viticole este creșterea profiturilor și respectiv creșterea eficienței economice în ansamblu, ceea ce le va permite să-și sporească performanțele, devenind competitive pe piața autohtonă și mondială.

Comercializând producția sa în cadrul aceluiași magazin, întreprinderile viticole trebuie să se privească nu ca concurenți agresivi, ci foarte loial, luând în considerație superioritățile concurenților săi. Numai aflându-se pe fonul altora, întreprinderile vor putea obiectiv estima poziția sa pe piață, imaginea producției sale, avantajele și dezavantajele politicii de marketing desfășurate în raport cu concurenții săi și să întreprindă măsuri necesare de îmbunătățire a situației existente.

CONCLUZII

Promovând strategia de integrare pe verticală, întreprinderile viticole a Republicii Moldova vor obține un șir de avantaje, principalele fiind:

- Posibilitatea de execuția a funcției de cercetare-dezvoltare, ceea ce este foarte costisitor și nu se îndeplinește de fiecare participant în parte;
- Posibilitatea de a asigura un nivel înalt al calității producției, efectuând un control riguros ale acesteia;
- Diminuarea costului de producție în raport cu concurenții săi în baza reducerii cheltuielilor legate de aprovizionarea cu materie primă, controlului și coordonării interne.

Se observă, că strategia de integrare pe verticală le este avantajoasă tuturor participanților ale lanțului valoric începând cu producerea strugurilor și terminând cu comercializarea producției finite.

Această strategie le este binevenită și consumatorilor, pentru că pe baza ei se va asigura o calitate înaltă a producției și se va extinde gama de produse, orientându-se spre vinurile de calitate superioară și vinurile cu denumire de origine.

Statului la fel îi este foarte convenabilă integrarea pe verticală a complexului viti-vinicol, deoarece ea va contribui la creșterea calității producției pe baza căreia va spori volumul vânzărilor și respectiv se vor mări defalcările în bugetul statului.

În așa mod, integrarea pe verticală a producătorilor de struguri, întreprinderilor de prelucrare a acestora, întreprinderilor de fabricare a producției viticole finite și organizațiilor comerciale va asigura balanța intereselor tuturor participanților, inclusiv statului și întregii societăți.

Promovarea strategiei de dezvoltare prin integrarea pe verticală a sectorului viti-vinicol și etapei de comercializare a producției va asigura o dezvoltare stabilă, durabilă și eficientă a industriei viticole al Republicii Moldova, contribuind astfel la creșterea performanțelor și competitivității acestei ramuri la nivel mondial.

După cum a fost deja menționat anterior, industria viticolă este una din cele mai vechi și puternic dezvoltate ramuri a economiei naționale. Țara noastră posedă personalul înalt calificat cu cunoștințe bogate și adânci în domeniu respectiv, acumulate pe parcursul mai multor secole, care este capabil să favorizeze redresarea și dezvoltarea industriei viticole.