

ЧИННИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Новікова А. Є.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

В умовах глобалізації проблема забезпечення конкурентоспроможності (КС) вітчизняних підприємств є надзвичайно актуальною. Гостро постає ця проблема і для підприємств виноробної галузі.

КС виноробних підприємств залежить від зовнішніх чинників, таких, наприклад, як особливості цільових ринків – рівень споживання вин в Україні є набагато нижчим ніж в інших європейських країнах, наявність високоякісної сировини, державне регулювання і підтримка галузі. КС залежить і від внутрішніх чинників, які знаходяться під контролем менеджменту: якість продукції, ефективність маркетингу, технологічний і інноваційний потенціал підприємства.

Україна вважається перспективною країною для розвитку виноробства з точки зору кліматичних умов. В той же час КС вітчизняної виноробної продукції на світовому ринку є низькою. Так, наприклад, українські ігристі вина конкурують за кордоном лише за ціною, в той час як якість вітчизняного ігристого вина є низькою, що пов'язано з невисокою якістю сировини, яка використовується для виробництва шампанського в Україні.

Взагалі сегмент ігристих вин в Україні можна назвати волатильним на відміну від ринку тихих вин, який після обвалу в 2014 році через політичні обставини поступово зростає. У 2017 році виробництво тихих вин в Україні зросло майже на 1,5% в порівнянні з 2016 роком. Виробництво ігристих вин скоротилося на 24% [1] через падіння попиту на шампанське.

Не тільки на зовнішньому, але й на внутрішньому ринку вітчизняні вина часто програють імпортним. Хоча українські вина значно дешевші, за співвідношенням ціна / якість імпортні вина істотно випереджають українські.

В таких умовах українські виробники мають обирати стратегії, що дозволять їм протистояти глобальній конкуренції. Оскільки проблема якості сировини постає дуже гостро, підприємствам варто розглянути можливість вертикальної інтеграції, тобто самостійного вирощування сировини. Важливими є інноваційна діяльність, покращення існуючих і розробка нових технологій виробництва вина і активізація маркетингової діяльності з метою формування і задоволення попиту на виноробну продукцію на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Література:

1. Обзор рынка вин в Украине [Електронний ресурс] //Marketing.ua - 2018. - Режим доступу: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=5826>