

**Бабій Олег Миколайович,
к.е.н, доцент,
Тимченко Катерина Сергіївна,
здобувач освітнього ступеня «магістр»,
Одеський національний економічний університет.
м. Одеса, Україна**

**Бабий Олег Николаевич,
к.э.н, доцент
Тимченко Екатерина Сергеевна,
соискатель образовательной степени «магистр»,
Одесский национальный экономический университет
м. Одесса, Украина**

**Babii O.N.,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Tymchenko K.S.,
Applicant of educational degree «master»,
Odessa National Economic University
Odessa, Ukraine**

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВИНОРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРИ, ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ

Анотація

В статті на основі критичного огляду та аналізу літературних джерел досліджено поняття конкурентоспроможності виноробного підприємства. Складено схему чинників формування конкурентоспроможності виноробного підприємства. Згруповано класифікаційні ознаки для факторів

конкурентоспроможності підприємства, а саме: за рівнями дослідження (I-V рівні, макро-, мікро, мезо-, мегарівні); за місцем виникнення / походження (зовнішні та внутрішні); за видами ресурсів (НІОКР, маркетинг, персонал, транспорт, виробництво); за задоволеністю споживача (управління/менеджмент, стратегія, дилерська мережа, якість товару, ціна товару, ноу-хау); за приналежністю до середовища підприємства (конкуренція, політика держави, податкове законодавство); за ефективністю виробничо-господарської діяльності (виробництво, організація, організаційно-управлінські, фінансово-економічні, соціально-психологічні, інфраструктура, диверсифікація бізнесу, зовнішня політика); за сферою походження (науково-технічні, організаційно-економічні, соціальні, екологічні, політичні); за об'єктами дослідження (техніко-технологічні, фінанси, характеристика продукції, імідж, інновації, витрати, обслуговування клієнтів).

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність виноробного підприємства, фактори формування конкурентоспроможності, класифікаційні ознаки

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ВИНОДЕЛЬЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ФАКТОРЫ, КОТОРЫЕ НА НЕЕ ВЛИЯЮТ

Аннотация

В статье на основе критического обзора и анализа литературных источников исследовано понятие конкурентоспособности винодельческого предприятия. Составлена схема факторов формирования конкурентоспособности винодельческого предприятия. Сгруппированы классификационные признаки для факторов конкурентоспособности предприятия, а именно: по уровням исследования (I-V уровни, макро, микро, мезо, мегауровни); по месту возникновения / происхождения (внешние и внутренние); по видам ресурсов (НИОКР, маркетинг, персонал, транспорт, производство); по удовлетворенности потребителя (управление / менеджмент,

стратегия, дилерская сеть, качество товара, цена товара, ноу-хау); по принадлежности к среде предприятия (конкуренция, политика государства, налоговое законодательство); по эффективности производственно-хозяйственной деятельности (производство, организация, организационно-управленческие, финансово-экономические, социально-психологические, инфраструктура, диверсификация бизнеса, внешняя политика); по сфере происхождения (научно-технические, организационно-экономические, социальные, экологические, политические); по объектам исследования (технико-технологические, финансы, характеристика продукции, имидж, инновации, расходы, обслуживание клиентов).

Ключевые слова: *конкурентоспособность, конкурентоспособность винодельческого предприятия, факторы формирования конкурентоспособности, классификационные признаки*

COMPETITIVENESS OF WINEMAKING ENTERPRISES AND FACTORS AFFECTING IT

Annotation

In the article, based on the critical review and analysis of literary sources, the concept of competitiveness of the winemaking enterprise has been investigated. The scheme of factors of formation of competitiveness of the winemaking enterprise is made. Classification criteria are grouped for the factors of competitiveness of the enterprise, namely: according to the research levels (I-V levels, macro, micro, meso, mega-levels); by place of occurrence / origin (external and internal); by types of resources (R&D, marketing, personnel, transport, production); on consumer satisfaction (administration/management, strategy, dealer network, quality of goods, price of goods, know-how); on belonging to the enterprise environment (competition, state policy, tax legislation); on the effectiveness of production and economic activities (production, organization, organizational and managerial, financial and economic, socio-psychological, infrastructure, business diversification, foreign

policy); in the field of origin (scientific, technical, economic, social, environmental, political); by objects of research (techno-technological, finance, product characteristics, image, innovation, costs, customer service).

Key words: *competitiveness, competitiveness of the winemaking enterprise, factors of formation of competitiveness, classification characteristics*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Посилення ролі конкуренції на внутрішньому та світовому ринках, з одного боку, та отримання більшої свободи у виборі конкурентної стратегії, з іншого, вимагають від керівників підприємств виноробної промисловості прийняття більш виважених управлінських рішень, спрямованих на визначення конкурентної позиції підприємства. Важливим кроком щодо утримання міжнародної конкурентної позиції підприємства є якісно новий підхід до організації процесу стратегічного управління діяльністю підприємств виноробної промисловості, оскільки особливої актуальності набуває своєчасне та адекватне реагування на зміни динамічного зовнішнього середовища, виклики процесів глобалізації та прискорення науково-технічного прогресу. Це, своєю чергою, змушує підприємства виноробної промисловості постійно удосконалювати методи і засоби стратегічного управління, з метою досягнення й утримання конкурентних позицій та забезпечення довгострокового розвитку підприємства.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних засад чинників формування конкурентоспроможності продукції зробили І. Ансофф, Р. Вентуччі, А. Дайан, Ф. Котлер, Л. Нассер, Р. Пейс, Р. Ротвелл, Б. Скотт, Й. Шумпетер. Актуальним питанням конкурентоспроможності підприємства у вітчизняній економіці присвячені роботи І. Балабанової, І. Грозного, О. Дейнеги, Ф. Євдокимова, Ю. Іванова, Ю. Колесник, Н. Красностанової, О. Кратта, В. Літвінової, В. Ляшенка, П. Перерви, І. Цветкової, В. Юхименко.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Віддаючи належне науковим напрацюванням учених щодо теоретичних і практичних питань формування конкурентоспроможності підприємства, існує потреба в виявленні чинників, що впливають на неї.

Постановка завдання. Мета даної статті - на основі критичного огляду та аналізу літературних джерел дослідити поняття конкурентоспроможності виноробного підприємства та фактори її формування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні тенденції розвитку економіки дозволяють говорити про формування в ній повноцінного конкурентного середовища та розвитку конкурентних відносин на всіх рівнях господарювання. В таких умовах ключовим елементом системи конкурентних відносин стає конкурентоспроможність, а основою довгострокового успіху підприємства виноробної промисловості на ринку - стійкість його конкурентної позиції.

Питання конкурентоспроможності є досить актуальним для підприємств виноробної промисловості, сфера комерційної та виробничої діяльності яких розповсюджується на зарубіжні країни. При цьому, ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності виноробної продукції відіграє зовнішньоекономічна діяльність підприємства, роль якої як зовнішнього фактору економічного росту в сучасних умовах постійно зростає, посилюється вплив на соціально-економічний розвиток не тільки країни але й кожного господарського суб'єкта.

Оскільки конкурентна боротьба загострюється внаслідок інтенсифікації процесів інтеграції та глобалізації, то питання щодо формування стійкої конкурентної позиції дуже гостро стоїть на кожному підприємстві, зокрема і підприємстві виноробної промисловості.

Оскільки конкурентоспроможність підприємства створює підстави для формування конкурентної позиції підприємства виноробної промисловості в оточуючому середовищі, спочатку розглянемо поняття «конкурентоспроможність підприємства» (таблиця 1).

Основні визначення категорії «конкурентоспроможність підприємства»

Автор, № джерела	Визначення
В.Адамик і Г.Вербицька [1]	Відносне поняття, яке відображає відмінність процесу розвитку цього підприємства від конкурента, як за ступенем задоволення його продукцією суспільних потреб, так і за ефективністю комерційної діяльності
А.С.Афонін, С.В.Білоусова, К.Мільські [2]	Спроможність та поведінка, які забезпечують фірмі можливість тривалий час добиватися власних цілей і успішно виступати на ринку поряд з іншими присутніми там суб'єктами
Н.Грицишин [3]	здатність суб'єктів підприємницької діяльності витримувати конкурентну боротьбу на ринках економічних благ, швидко і ефективно пристосовуватись до нових умов господарювання
Іванов Ю.Б. [4]	здатність підприємства змінювати намічений режим функціонування в процесі адаптації до впливів зовнішнього середовища з метою збереження, розвитку вже наявних або створення нових конкурентних переваг.
Карлофф Б. [5]	Здатність забезпечити найкращу пропозицію порівняно з конкуруючим підприємством.
Люкшинов А.М. [6]	Здатність підприємства протистояти іншим підприємствам, вести з ними успішну боротьбу за ринки збуту товарів і послуг.
Попов С.А. [7]	Здатність організації досягати своїх цілей в умовах ринку, на якому з аналогічними цілями діють інші організації.
Фатхутдінов Р.А. [8]	Властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретних споживачів порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку.
Юданов А.Ю. [9]	Конкурентоспроможність залежить від загальної ефективності його діяльності і визначається досконалістю використання ресурсів підприємства.

Відповідно, визначення даної категорії можна уточнити таким чином: «Конкурентоспроможність підприємства — це здатність підприємства вчасно й ефективно коригувати параметри своєї діяльності залежно від змін у зовнішньому середовищі для підтримання існуючих і створення нових

конкурентних переваг з метою досягнення власних стратегічних цілей». Таке трактування дає змогу розглядати поняття конкурентоспроможності виноробного підприємства наступним чином (рис. 1).

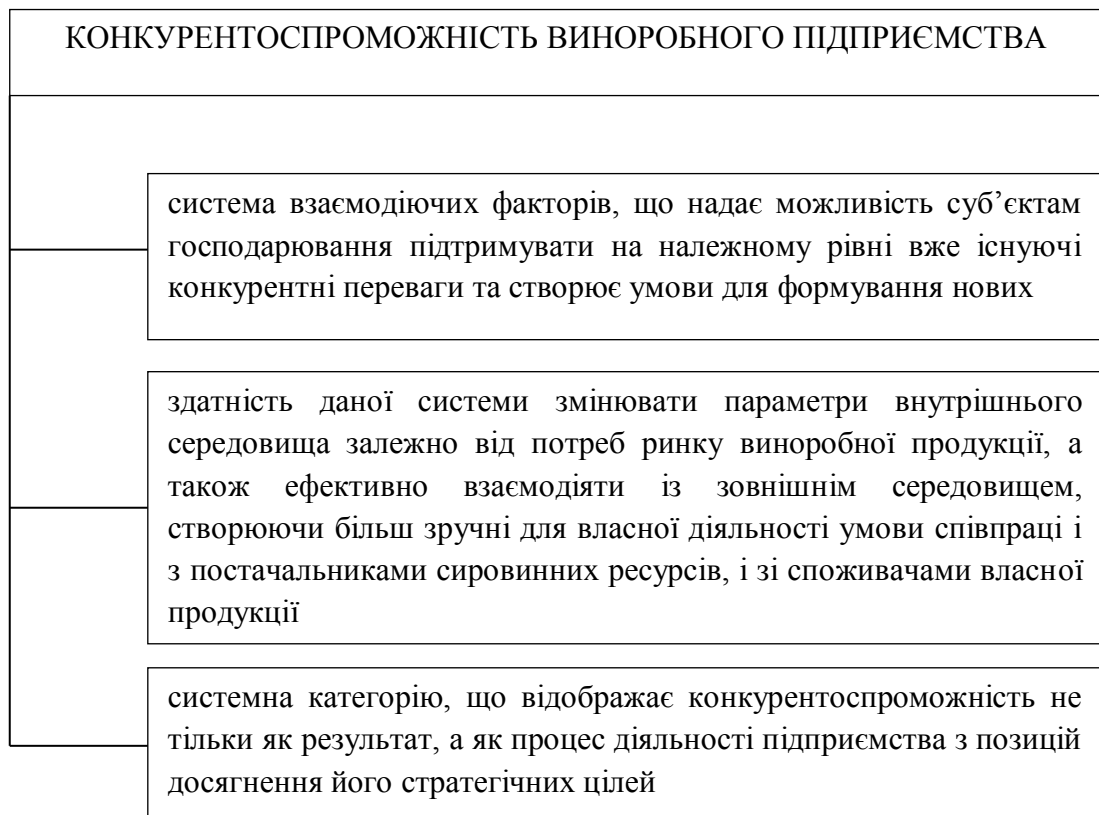


Рис.1. Поняття конкурентоспроможності виноробного підприємства

Під факторами конкурентоспроможності виноробного підприємства будемо розуміти причини, обставини, параметри, що визначають реальну та потенційну спроможність підприємства вести активну конкурентну боротьбу, протистояти впливу зовнішнього середовища, виготовляти та збувати конкурентоспроможні товари та/або послуги, здійснюючи ефективну діяльність в умовах ринкових відносин.

На підставі проведених досліджень нами складено наступну схему чинників формування конкурентоспроможності виноробного підприємства (рис.2).



Рис. 2. Чинники формування конкурентоспроможності виноробного підприємства

Висновки і перспективи подальших розробок. На основі вищезазначеного можна зробити висновок, що на конкурентоспроможність виноробного підприємства впливає низка чинників. Вивчивши та проаналізувавши літературні джерела, що стосуються даного питання, нами згруповано

класифікаційні ознаки для факторів конкурентоспроможності підприємства, а саме: за рівнями дослідження (I-V рівні, макро-, мікро, мезо-, мегарівні); за місцем виникнення / походження (зовнішні та внутрішні); за видами ресурсів (НІОКР, маркетинг, персонал, транспорт, виробництво); за задоволеністю споживача (управління/менеджмент, стратегія, дилерська мережа, якість товару, ціна товару, ноу-хау); за приналежністю до середовища підприємства (конкуренція, політика держави, податкове законодавство); за ефективністю виробничо-господарської діяльності (виробництво, організація, організаційно-управлінські, фінансово-економічні, соціально-психологічні, інфраструктура, диверсифікація бізнесу, зовнішня політика); за сферою походження (науково-технічні, організаційно-економічні, соціальні, екологічні, політичні); за об'єктами дослідження (техніко-технологічні, фінанси, характеристика продукції, імідж, інновації, витрати, обслуговування клієнтів).

Література:

1. Адамик В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В. Адамик, Г.Вербицька // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2014. – №1. – С.69–78.
2. Афонін А.С. Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання: теоретичні аспекти і висновки для індустрії туризму / А.С.Афонін, С.В.Білоусова, К.Мільські // Бізнес-навігатор. – 2015. – №3(15). – С.172–183.
3. Грицишин Н. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / Н.Грицишин // Вісник Львівського університету. Серія економічна. Вип. 33. – 2012. – С.431–436.
4. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия [Текст] / Ю.Б. Иванов [и др.]. — Х.: ХНЭУ, 2013. — 255 с.
5. Карлофф Б. Деловая стратегия, концепция, содержание, символы [Текст] / Б. Карлофф. — М.: Экономика, 2002. — 240 с.

6. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент [Текст] / А.Н. Люкшинов, – М.:ЮНИТИ, 2012. – 376 с.

7. Попов С.А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 344 с.

8. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації [Текст]: Підручник / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. — К.: «Кондор», 2012. — 470 с.

9. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика [Текст]: Учебно-практическое пособие. 2-е изд. / А.Ю. Юданов; — М: Ассоц. Авторов и издателей «Тандем»; Изд. «ГНОМ-ПРЕСС», 2013. — 384 с.