

INFLUENCE OF FACTORS EXTERNAL ENVIRONMENT ON INTERNATIONAL COMPETITIVE POSITION WINEMAKING ENTERPRISES

Tymchenko Kateryna,

Postgraduate student of the Department of Economics of Enterprise and Organization entrepreneurial activity

Babii Oleg,

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics of Enterprise and Organization entrepreneurial activity of Odessa National Economic University
Odessa, Ukraine*

ВПЛИВ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА МІЖНАРОДНУ КОНКУРЕНТНУ ПОЗИЦІЮ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Тимченко Катерина Сергіївна,

аспірант кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності,

Бабій Олег Миколайович,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності, Одеський національний економічний університет.

м. Одеса, Україна

За сучасного економічного розвитку вагоме значення для діяльності виноробних підприємств відіграє своєчасне врахування впливу факторів зовнішнього середовища. Загалом чинники зовнішнього та внутрішнього середовища впливають на процес виробництва, раціональність розподілу та використання оборотних коштів, своєчасність прийняття управлінських рішень, на ефективність кожної сфери розвитку, тобто на діяльність виноробного підприємства загалом. Проблема погіршення результатів діяльності виноробних підприємств пов'язана з незадовільним фінансово-економічним станом виноробних підприємств, скороченням площ насаджень виноградників, зниженням економічної ефективності виробництва виноробної продукції, невідповідальністю якості сировинної бази потребам виноробного виробництва, а також не врахуванням рівня впливу ринкових ризиків на процес стратегічного управління оборотними коштами. Тому сьогодні виокремлення внутрішніх та зовнішніх факторів впливу на виноробне підприємство є передумовою налагодження виробничої діяльності, рентабельності, фінансової стійкості, протидії можливим загрозам та процвітання підприємства загалом.

Відносини виноробного підприємства з зовнішнім середовищем дуже динамічні, та в практиці його роботи не буває моментів, коли це середовище статичне. Тому ситуація на підприємствах виноробної галузі постійно змінюється. Звідси, кожне підприємство потребує оцінки того, які зміни у зовнішньому середовищі чекають його в майбутньому. Аналіз зовнішнього середовища являє собою процес, за допомогою якого керівництво виноробного підприємства встановлює, оцінює та контролює зовнішні фактори, щоб визначати можливості та загрози для його діяльності.

Проведемо аналіз впливу зовнішнього середовища на міжнародну конкурентну позицію виноробного підприємства.

Таблиця 1. Оцінка чинників зовнішнього середовища для виноробного підприємства

Група чинників	Значущість (Li)	Фактори (ij)	Оцінка факторів (Pij)		Сила впливу	
Соціальні	3	Рівень життя	+2		+4	
		Рівень освіти	+2		+5	
		Співвідношення міського і сільського населення		-2		-4
		Міграція населення		-2		-4
		Бренд (репутація), імідж	+1		+4	
		Рекламні зв'язки з громадськістю	+2		+5	
Технологічні	3	Загальний рівень технічного розвитку	+2		+5	
		Підготовка фахівців для технічної індустрії	+3		+5	
		Розвиток інформаційних технологій	+2		+5	
		Розвиток транспортних засобів	+2		+5	
		Еколого-орієнтовані технології	+2		+5	
		Фінансування НІОКР		-2		-4
		Технологічний рівень виробництва виноробної продукції	+3		+5	
		Технологічна оснащеність виробництва	+3		+5	
Економічні	3	Динаміка економічного зростання	+2		+4	
		Податкова політика держави	+1		+3	
		Динаміка попиту	+3		+5	
		Інтенсивність конкуренції	+3		+5	
		Рівень доходу населення	+1		+3	
		Рівень інфляції в країні		-1		-3
		Рівень безробіття		-1		-3
		Сезонність		-2		-5
		Курс обміну валют		-1		-3
		Вартість ресурсів	+2		+5	
		Кредитна політика в країні	+2		+4	
		Купівельна спроможність населення	+2		+5	
Політичні	2	Політична стабільність	+1		+2	
		Міжнародний стан		-2		-4
		Ефективна робота законодавчої влади		-2		-4
		Державне регулювання		-2		-5

Джерело: розраховано автором самостійно

STEP-аналіз визначається впливом зовнішніх чинників виноробного підприємства і проводиться по специфічних чинниках, що впливають на діяльність підприємства. Сила чинників оцінюється в діапазоні від -5 до +5 балів, при цьому визначається значущість кожного чинника окремо.

За наслідками оцінки сили дії чинників можна скласти перелік небезпек і можливостей для виноробного підприємства (табл.2).

Таблиця 2. Звідна таблиця по STEP - аналізу для виноробного підприємства

Група чинників	Небезпеки	Можливості
1) Соціальні	-8	+18
2) Технологічні	-4	+35
3) Економічні	-14	+34
4) Політичні	-14	+2
Всього:	-40	+89

Джерело: розраховано автором за даними табл.1

Як видно з таблиці 2. найбільше можливостей відкриває використання технологічних і економічних чинників; тоді як найбільшу небезпеку надаватиме політичні чинники. Сила впливу зовнішнього середовища складає +49 (-40+89), тому можна зробити висновок, що загальний вплив зовнішніх чинників на підприємства виноробної галузі позитивний. Для оцінки впливу зовнішнього середовища на міжнародну конкурентоспроможність виноробного підприємства використовуємо метод SWOT-аналізу.

SWOT-аналіз дозволяє визначити причини ефективної або неефективної роботи компанії на ринку, це стислий аналіз маркетингової інформації на підставі якого робиться висновок про те, в якому напрямку організація повинна розвивати свій бізнес і в кінцевому підсумку визначається розподіл ресурсів по сегментах. Результатом аналізу є розробка маркетингової стратегії або гіпотези для подальшої перевірки. Класичний SWOT-аналіз передбачає визначення сильних і слабких сторін у діяльності фірми, потенційних зовнішніх загроз і сприятливих можливостей і їх оцінку щодо стратегічно важливих конкурентів.

Аналіз загальногалузевих факторів, що впливають на більшість виноробних підприємств представлено в таблиці 3.

Таблиця 3. Аналіз загальногалузевих факторів, що впливають на більшість виноробних підприємств

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> • Наявність унікальних територій для вирощування винограду (Одеська, Миколаївська, Херсонська, Закарпатська, Київська області) • Унікальність вин малих кустарних виробників. • Сприятливі кліматичні умови. • Достатня кількість вчених у цій галузі. 	<ul style="list-style-type: none"> • Відсутність культури споживання вина у населення країни. • Падіння якості винної продукції. • Збільшення обсягів фальсифікату. • Втрати традиційних ринків збуту. • Високі ціни на вітчизняний спирт. • Різна напрямленість дій виноробів та виноградарів. • Застаріле обладнання 70-х рр. на більшості підприємств. • Складність бізнесу, який потребує довгострокового замороження коштів. • Відсутність традицій виноробства. • Дефіцит сировини
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> • Створення нових сортів елітного винограду на базі наукових центрів в Києві, Одесі • Зробити вино продуктом харчування, а не алкогольним напоєм. • Створення кластера для об'єднання усіх виноробів та виноградарів з метою підтримки вітчизняного виробника. • Відкриття експортних програм. 	<ul style="list-style-type: none"> • Збільшення обсягів імпортової продукції. • Відсутність задекларованої державної політики щодо виноробної галузі. • Прагнення влади до монополії на алкогольні напої. • Погіршення інвестиційного клімату України. • Погіршення макроекономічних показників

Джерело: складено автором за матеріалами [1 - 4]

Слід зазначити, що ми перелічили лише загальногалузеві фактори впливу на виноробне підприємство, а на кожне окреме підприємство впливає свій набір факторів, зокрема специфічні для об'єкта господарювання.

Отже, сьогодні вітчизняний виробник вина функціонує в умовах жорсткої конкурентної боротьби. Для виживання та розвитку виноробного підприємства йому необхідно створювати довготривалі конкурентні переваги продукту, що потребує реалізації відповідних стратегій конкуренції. Виноробство є високорентабельним бізнесом, хоча і відбувається в умовах гострої конкуренції з боку іноземних виробників.

Після детального аналізу факторів зовнішнього середовища можна запропонувати наступні заходи підвищення міжнародної конкурентоспроможності виноробних підприємств: відновлення старих виноградників; впровадження нових технологій обробки виноградників і збирання винограду, які дадуть змогу покращити якість первинних виноматеріалів; здійснення науково-технічних розробок; створення нових підприємств первинного виноробства з орієнтацією на сировинну базу поблизу виноградників (оскільки виноград необхідно переробити протягом п'яти годин з моменту збору); оновлення технологічних ліній на підприємствах; створення унікальних (сугубо українських) купажів марочних вин; налагодження каналів збуту готової продукції; створення культури споживання вин у населення (за рахунок відповідних маркетингових заходів); формування портфеля фінансових інвестицій (для покращення показників оборотності капіталу) тощо.

Список використаних джерел:

1. Качур О.О. Основні загрози фінансовій безпеці суб'єктів підприємництва виноробної галузі / О. О. Качур, Б. Ю. Мальований // Менеджер. □ 2018. □ № 2. □ С. 201-206.
2. Колесник В.М. Оцінка привабливості зовнішніх ринків виноробної продукції / В.М. Колесник, Д.О. Бельмак // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=748>
3. Бабій О. М. Тенденції розвитку світового та українського ринку продукції виноробства в сучасних умовах / О.М. Бабій, К.С. Тимченко // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць (ISSN 2313-4569); за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. Одеса : Одеський національний економічний університет. – 2018. – № 4 (68). – С. 128–136.
4. Відоменко І.О. Інвестиційна стратегія – інструмент формування конкурентної переваги виноробних підприємств / І. О. Відоменко, К. О. Калугіна // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - 2013. - № 778. - С. 227-232.