

УДК 338.43:634.8.009.12(477.73)

О. В. Саяпіна,

магістрант, Миколаївський національний аграрний університет

КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРЕМСТВ ВИНОГРАДАРСЬКО-ВИНОРОБНОГО ПІДКОМПЛЕКСУ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Досліджено стан виноградарсько-виноробного підкомплексу Миколаївської області. Розглянуті чинники галузевої конкуренції та заходи щодо зниження їх тиску. Наведено шляхи підвищення конкурентоспроможності підкомплексу.

Investigate the state of viticulture and winemaking subcomplex in Mykolaiv region. Above factors industry competition and measures to reduce their pressure. Using ways to improve the competitiveness of the subcomplex.

Ключові слова: чинники галузевої конкуренції, стратегічна конкурентоспроможність, якість, стандарти, контроль.

ВСТУП

Зміни, що відбуваються у виноградарстві в останні роки, негативно впливають на показники його місця в економіці сільського господарства, про що свідчить зниження конкурентоспроможності підкомплексу в порівнянні з іншими галузями аграрного сектора та виробниками виноробної продукції сусідніх країн. Також значно підвищилась чутливість та незахищеність виробників до появи нових конкурентів у галузі.

Якщо раніше держава підтримувала господарства і регулювала ринок збуту їх продукції, то сьогодні цього немає. Сучасний внутрішній ринок не в змозі врятувати виробника, бо купівельна спроможність населення країни дуже низька, а продукція підкомплексу занадто дорога.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Формуванню конкурентних стратегій для підприємств виноградарсько-виноробного підкомплексу присвячені праці вітчизняних науковців, серед яких Гаркуша С.Б., Горбачов В.С., Гурко А.Т., Сілецька Н.В., Тимофіїва С.Б., Чорнодон В.І. та інші. Їх дослідження охоплюють низку питань, пов'язаних з функціонуванням підкомплексу у конкурентному середовищі, але проблема його конкурентоспроможності досліджена не повною мірою.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Метою статті є дослідження чинників галузевої конкуренції виноградарсько-виноробно-

го підкомплексу та внесення пропозицій щодо поліпшення його діяльності на основі розроблених конкурентних стратегій.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ

Виноградарсько-виноробний підкомплекс є пріоритетною галуззю для аграрного сектора, яка забезпечує значні і стабільні грошові надходження не тільки виноградарським господарствам і вин заводам, а й до державного бюджету, у тому числі і валютних коштів від експорту їх продукції. Крім того, виноградарство, будучи трудомісткою галуззю, дозволяє вирішувати проблеми працевлаштування сільського населення і забезпечення більш ефективного використання малопродуктивних схилистих земель, які є малоприсадибними для вирощування інших сільськогосподарських культур [2].

Незважаючи на ряд переваг підкомплексу, існує велика кількість досить суттєвих помилок в аграрній політиці держави: недосконалість ціновий і податковий механізми; недостатнє фінансування; відсутність чітких нормативно-правових актів тощо. Державне регулювання цього сектора економіки здійснюється за допомогою встановлення держзамовлення на виробництво винограду, регламентування закупівельних цін та введенням акцизного збору. Разом з тим, нееквівалентність обміну між виноградарсько-виноробними підприємствами і промисловістю, високі відсоткові ставки банків і важкість податкового тягаря не сприяють розвитку їхнього виробництва [5]. Ці фактори у поєднанні з суворими зимами та природними

катаклізмами призвели підкомплекс до економічної кризи і зниження його конкурентних позицій

Ще одним не менш важливим чинником впливу на стан підкомплексу є діяльність СОТ у розрізі виноградарсько-виноробного підкомплексу. Організація диктує достатньо жорсткі умови для забезпечення конкурентних переваг вітчизняного виробника. Якість вироблюваної продукції має відповідати світовим стандартам (ISO 9001), проте цього рівня ще не досягнуто. За час, який Україна є членом СОТ, вітчизняні ринки заповнили кращі вина з Європи. Вітчизняні вина не мають конкурентних переваг у ціні, якості, асортименті, які дозволили б успішно розвиватися на глобальному ринку. Тому галузь перебуває у стані глибокої кризи.

Існує досвід інших країн, яким надавався перехідний період для адаптації до правил СОТ. Наприклад, у Болгарії діяла спеціальна семирічна програма адаптації виноробної галузі. У її рамках ЄС відшкодував усім виноробам до 70% витрат на модернізацію виробництва. Українським виноробам, при входженні країни до СОТ, такої допомоги не надавалося [3].

Виноград в області вирощують дев'ять сілськогосподарських підприємств. Станом на 01.01.12 р. налічується 5,3 тис. га виноградників у плодоносному віці. У загальних насадженнях переважають технічні сорти, що свідчить про направленість області на забезпечення споживачів винопродукцією. В 2011 р. зібрано 45,8 тис. тонн винограду, середня урожайність склала 84,7 центнерів з кожного гектара. Основні масиви виноградників знаходяться в господарствах що входять до спеціалізованого об'єднання — корпорації "Миколаївсадвинпром". Це — ВАТ "Зелений гай" (м. Вознесенськ), ПАТ "Коблево" (Березанський район), ТОВ "Сандора" (Жовтневий район), СВК "Лиманський" (Очаківський район), ДП "Радгосп "Виноградна долина" та ПАТ "Березанський" (Березанський район).

У розвитку виноградарства Миколаївської

Таблиця 1. Аналіз чинників галузевої конкуренції виноградарсько-виноробного підкомплексу Миколаївської області

Представники чинника	Ступінь впливу	Заходи зниження тиску
1. Конкуренти в галузі		
- внутрішні конкуренти: підприємства АР Крим; - зовнішні конкуренти: європейські виробники, виробники країн Нового Світу, Молдова та Грузія	високий	- підвищення якості вироблюваної продукції; - технічне переоснащення; - технологічне оновлення; - удосконалення законодавчої бази; - перегляд цінової політики.
2. Потенційні конкуренти, які можуть увійти в галузь		
- підприємства інших областей України, що можуть займатися виноградарством та виноробством	середній	- збільшення асортименту продукції; - розширення компетенції корпорації «Миколаївсадвинпром»; - виробнича кооперація.
3. Товари-замінники		
- лікєро-горілочні вироби; - слабоалкогольні напої;	середній	- налагодження тісних зв'язків з виробниками та реалізаторами продукції; - організація власних збутових мереж.
4. Постачальники		
- підприємства виробники сировини; - великі корпорації.	нижче середнього	- організувати закупку одного виду товару у декількох постачальників; - дотримання платіжної дисципліни; - посилення партнерських зв'язків; - удосконалення власних виробництв; - придбання малих підприємств-виробників.
5. Покупці		
- оптові покупці; - дрібнооптові продавці; - роздрібні торгові точки; - інші суб'єкти підприємницької діяльності.	високий	- перегляд цінової політики; - знижки та програми лояльності для постійних перевірених партнерів; - гарантія якості продукції; - розширення асортименту.

області, як і на загальнодержавному рівні, спостерігаються негативні тенденції: скорочуються площі насаджень, зменшуються урожайність і валові збори продукції. Основні причини скорочення площ — старіння насаджень, їх висока зрідженість і відсутність у господарств коштів для їх оновлення. Що стосується урожайності, то, поряд з несприятливими погодними умовами, негативно впливають викликані нестачею у господарств коштів порушення технологій, недостатнє застосування добрив, засобів захисту рослин від хвороб та шкідників тощо.

Приведений нижче аналіз галузевої конкуренції виноградарсько-виноробного підкомплексу Миколаївської області дозволяє повною мірою розглянути його стан (див. табл 1).

Стратегічна конкурентоспроможність — це ознака суб'єкта ринку, яка демонструє наявність у нього ключових можливостей розвитку, здобутих шляхом швидкої адаптації внутрішнього середовища функціонування до змін зовнішнього середовища, і досягнення на основі цього конкурентних цілей, її особливість полягає в тому, що проявляється вона лише в умовах стратегічного управління, оскільки є

складовою загальної конкурентоспроможності [4].

Конкуренція в галузі не зводиться лише до гри між підприємствами, що вже закріпилися на ринку і займаються одним видом діяльності. Досягнення стратегічної конкурентоспроможності підприємств виноградарсько-виноробного підкомплексу Миколаївської області забезпечується завдяки конкурентним стратегіям. Основне завдання розробки і запровадження конкурентних стратегій полягає у тому, щоб знайти такі положення в галузі, за яких підприємства здатні найкраще захиститися від впливу чинників конкуренції або повернути їхній вплив на свою користь.

ПАТ "Коблево" є одним із провідних виноробних підприємств Миколаївської області. На сьогодні ефективно виробництво забезпечується великими площами виноградників, заводом первинного виноробства (виробництво виноматеріалів) і заводом вторинного виноробства (виробництво вина). Значні виробничі потужності у поєднанні з роботою висококваліфікованих трудових ресурсів дали змогу господарству стати одним із кращих виробників виноробної продукції в регіоні. Проте поряд із перевагами підприємства існує висока витратність виробництва. Тому запровадження у дію стратегії лідерства за витратами у виноградарстві сприятиме досягненню високого рівня ефективності усіх операційних процесів, починаючи від обробки виноградників і закінчуючи реалізацією виробленої продукції, що дозволило б забезпечити нижчий (в порівнянні з конкуруючими підприємствами) рівень витрат. Проте застосування цієї стратегії може бути ризикованим з тієї позиції, що більш сильні конкуренти можуть прийняти ціни нижчі запропонованих підприємством і збільшити за рахунок цього обсяг продажів. Щоб уникнути цієї ситуації на ринку, стратегію лідерства слід поєднувати зі стратегією інтегрованого зростання, яка забезпечує приєднання нових структур, тим самим розширюючи організацію, при якій зберігається господарська самостійність кожного суб'єкта. Реалізація цієї стратегії розпочалась з приєднання ПАТ "Радсад" у 2009 р. до господарської діяльності товариства "Коблево", тим самим збільшивши виробничі потужності в двійчі. Це дало змогу більш ефективно використовувати об'єднані виробничі і фінансові ресурси, комерційні зусилля учасників, розширити асортимент та поліпшити якість продукції за рахунок поєднання інтересів виробників ви-

нограду. У результаті не є випадковим, що економічна ефективність ведення виноградарства в товаристві є більш високою, ніж у середньому по всіх виноградарських господарствах області.

Вдале поєднання запропонованих стратегій дасть змогу ПАТ "Коблево" не лише досягти та утримувати значні конкурентні переваги на вітчизняному ринку виноградарсько-виноробної продукції, а й вийти на зовнішні ринки з високоякісним вином та виноматеріалами.

ВИСНОВКИ

Вибір стратегії є суто індивідуальним для кожного господарства, проте запровадження запропонованих стратегій дасть змогу інтегрувати підкомплекс у світові виробничо-господарські зв'язки. Враховуючи усе вищесказане, можна стверджувати, що правильний підхід до вибору конкурентної стратегії дасть можливість суб'єктам господарювання виноградарсько-виноробного підкомплексу ефективно функціонувати в умовах конкурентного середовища.

Література:

1. Сілецька Н.В. Основні напрями підвищення економічної ефективності функціонування виноградарсько-виноробного підкомплексу: автореф. дис. канд. екон. наук. / Н.В. Сілецька; АН України; Херсонськ. держ. аграр. ун-т. — Миколаїв: МДАУ, 2005. — 19 с.
 2. Гаркуша О.М. Стратегія відновлення і високоефективного функціонування виноградарсько-виноробного підкомплексу АПК України в умовах ринкової економіки: автореф. дис. канд. екон. наук / О.М. Гаркуша; АН України; Миколаїв. держ. аграр. ун-т. — Миколаїв, 2002. — 12 с.
 3. Чмут А.В. Формування конкурентних стратегій суб'єктів господарювання [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_2/Chmut_209.htm
 4. Тимофіїва С.Б. Про деякі теоретичні аспекти стратегії конкурентоспроможності / С.Б. Тимофіїва // Коммунальное хозяйство городов. — Харків: ХНАМГ, 2008. — №85. — С. 293—297.
 5. Сафонов В.А. Стратегія трансформації управління виноградарсько-виноробними підприємствами Криму: автореф. дис. ... канд. екон. наук / В.А. Сафонов; АН України; Кримськ. держ. аграр. ун-т. — Крим: КДАУ, 2003. — 15 с.
- Стаття надійшла до редакції 23.10.2012 р.*