

підвищуючи якість продукції (наприклад, компенсування несподіваних змін у доступі до вітчизняних джерел сировини протилежними змінами в імпорті сировини);

– отримання дешевих високоякісних матеріалів, комплектуючих, технологій для їхнього використання у своєму виробництві. Завдяки цьому компанія отримує більшу стійкість проти конкуренції з боку імпортованих готових виробів або ж сама може більш ефективно конкурувати на експортних ринках;

– використання надлишкових потужностей торговельно-збутової мережі;

– доповнення наявних асортиментних груп товарів, що дозволяє фірмі більше продукції запропонувати на продаж;

– можливості розподілення операційних ризиків, оскільки розширюючи коло постачальників, компанія менше залежить від диктату єдиного постачальника.

Вплив міжнародної торгівлі на вітчизняні імпортоконкуруючі фірми неоднозначний. Зіткнення інтересів фірми з конкуренцією з боку імпорту може призвести до негативних наслідків у вигляді звільнення частини робочої сили або до зменшення їх заробітної плати. Несприятливий ефект конкуренції з боку імпорту особливо помітний, якщо імпортоконкуруюча галузь функціонує в специфічній сфері. Однак згадані втрати, що викликані конкуренцією імпорту тимчасові. В економіці, що розвивається, невикористані ресурси будуть переміщуватись у більш продуктивні галузі, наприклад, у галузі, що виробляють продукцію на експорт, а імпортоконкуруючі фірми будуть пристосовуватись до сприйняття нових технологій, до попиту на нові товари і послуги та до їх виробництва.

Споживачі зацікавлені в міжнародній торгівлі, щоб:

– імпортувати споживчі товари за дешевшою ціною порівняно з вітчизняними або які за певними параметрами відрізняються від них у кращу сторону;

– імпортувати сировину та експортувати промислові товари, що знижує внутрішні витрати виробництва, дає можливість відмовитись від випуску виробів, виготовлення яких виключно залежить від іноземних постачальників;

– експортувати вітчизняні товари, а отримані кошти використати для імпорту.

Отже, споживачі виграють від збільшення кількості й різноманітності товарів, нижчих цін, а завдяки цьому зростає рівень їхнього добробуту.

#### Література:

1. Міжнародна торгівля. Навч. посібник / За ред. Козака Ю.Г. – К.: ЦУЛ, 2010. – 252 с.
2. Міжнародні економічні відносини. Навч. посібник / За ред. Козака Ю.Г, М.А. Зайця – Одеса: «Плутон», 2016 – 352 с.
3. Особливості бухгалтерського обліку бюджетних установ України в умовах переходу до міжнародних стандартів [Електронний ресурс] / К.В. Ковтуненко, Т.О. Кучеренко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 2 (12). – С. 79-82. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n2.html>
4. Шляхи розвитку торговельних підприємств [Електронний ресурс] / В.Ю. Філіппов, А.М. Несторенко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 2 (12). – С. 203-207. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n2.html>

### ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ВИНОДЕЛИЯ

*к. э. н., доцент Л. А. Некрасова,*

*Ю. Б. Торган*

*Одесский национальный политехнический университет*

Глобализация мирового экономического пространства и обострение конкурентной борьбы сформировали новые экономические условия для развития отечественного промышленного бизнеса. Проблема обеспечения конкурентоспособности является главным условием повышения и поддержания позиций предприятия на внутреннем и внешнем рынках. Для обеспечения успеха в конкурентной борьбе необходим постоянный мониторинг нужных рынков, позиций предприятия и

конкурентов, вкусов и предпочтений постоянных потребителей, исследование сильных и слабых сторон собственной хозяйственной деятельности, гибкость и быстрая реакция на изменения рынка.

Теоретическим основам и принципам управления конкурентоспособностью предприятия посвящены труды таких известных экономистов: Г. Азоева, Ф. Котлера, И. Шумпетера, М. Портера, Р. Фатхутдинова, А. Юданова, А. Мазараки, Л. Лигоненко, Н. Ушаковой и др. Рассмотрению вопросов разработки путей повышения конкурентоспособности предприятия уделяли внимание И. Ансофф, Л. Дайненко, И. Должанский, В. Парсяк.

Конкурентоспособность рассматривают как способность предприятия конкурировать на рынке с помощью таких характеристик, как:

- цена продукции;
- качественные характеристики продукции;
- особенности продажи и послегарантийного обслуживания;
- способность максимально удовлетворить требования потребителя [6].

Основное влияние на конкурентоспособность предприятия оказывает научно-технический прогресс и степень внедренных инноваций. Решающим фактором, определяющим степень конкурентоспособности, является способность предприятия производить высококачественную продукцию, которая в краткосрочный период принесла максимальную прибыль. Конкурентоспособность предприятия – это не только результат деятельности самого предприятия, но и состояние экономики в целом, поскольку ее низкий уровень является сложным барьером при прогнозировании результатов деятельности [4].

Оценка конкурентоспособности предприятия реализуется за счет анализа сильных и слабых сторон. Это заключительный этап при проведении маркетинговых исследований для определения потенциальных возможностей предприятия [2]. Данная оценка должна содержать следующие показатели:

- потребность в фактических капиталовложениях и на перспективу, а также по отдельным видам продукции и конкретным рынкам;
- ассортимент конкурентоспособной продукции, ее объемы и стоимость (продуктовая дифференциация);
- набор рынков или их сегментов для каждого продукта (рыночная дифференциация);
- потребность в средствах на формирование спроса и стимулирование сбыта;
- перечень мероприятий и средств, которыми предприятие может обеспечить себе преимущество на рынке.

Факторы, которые определяют конкурентоспособность винодельческих предприятий на потребительских рынках[4]:

- эффективность функционирования хозяйственной системы (частичные показатели эффективности,
- уровень коммерческой маржи; эффективность использования товарных ресурсов; эффективность использования трудовых ресурсов; эффективность использования материально-технической базы; эффективность привлечения капитала);
- качество удовлетворения потребительского спроса (объем и структура товарооборота; темпы роста
- товарооборота; широта, глубина и обновляемость ассортимента; конкурентоспособность реализуемых товаров, качество торгового обслуживания, формы и методы торговли, завершенность покупки).
- ресурсный потенциал (организация товарообеспечения; эффективность заключенных соглашений
- на закупку товаров; месторасположение торгового предприятия, объем и состав материально-технической базы, объем, состояние и состав трудовых ресурсов, объем и источники поступления финансовых ресурсов, организация менеджмента на предприятии).

Анализ производства вина позволил выделить ряд проблем, имеющих негативное влияние на современное виноградарство: экономические, правовые, технико-технологические, экспортно-импортные [1].

В связи с высокой конкуренцией украинским производителям приходится бороться за каждого покупателя предлагая как высокое качество, так и привлекательную цену. Однако, несмотря

на это, благодаря политике Украины экспорт набирает обороты, а импорт вин в Украину сокращает свои темпы.

На этапе реализации продукции возникают некоторые проблемы. Главная из них – это государственное регулирование реализации продукции, то есть акцизный сбор. В свете закона о порядке начисления акцизного сбора сложилась ситуация, когда бутылка вина дважды облагается налогом – с виноматериалов, и с готовой продукции. Согласно законопроекту №5132 от 15.09.2016 о внесении изменений в Налоговый кодекс Украины в 2017 году правительство в лице Министерства финансов имеет целью создать условия для увеличения поступлений в бюджет и обеспечение сбалансированности бюджета 2017 года, а именно: акцизы на винодельческую продукцию и слабоалкогольные напитки могут быть увеличены на 12%. Такая политика требует производителей повышать цены, что приводит часто к потере части покупателей. Повышение цен на качественную продукцию в свою очередь вызывает распространение фальсификаций, поэтому появляется много некачественных, но дешевых вин – с выжимок (практически отходов), спирта и воды [5].

При таком состоянии отрасль теряет свою конкурентоспособность на европейском и мировом рынке. Вступление Украины во Всемирную торговую организацию (ВТО) способствует приходу иностранных производителей, усиливает конкуренцию на рынке, которую не все отечественные производители, как готовой продукции, так и сырья, способны выдержать.

Сосредоточение внимания производителей на нуждах потребителей, улучшение качества продукции, внедрения инноваций, более качественное использование ресурсов, улучшение условий труда являются основными направлениями повышения конкурентоспособности.

Также, внедрение в производство органического вина будет способствовать повышению конкурентоспособности. Это актуально в настоящее время, так как среди потребителей растет интерес к органической продукции и биопродуктам. Преимуществами такого вина являются: изготовление из винограда, свободного от химикатов и пестицидов; не содержит сульфитов или содержит их небольшое количество; имеет насыщенный вкус.

Для повышения конкурентоспособности винодельческих предприятий необходимо принимать меры по снижению дефицита сырья и организации производства в интеграционные структуры, включая производителей винограда, вина, транспортников, торговцев и тарные предприятия.

Верховная Рада Украины сделала первый шаг к развитию плодородного виноделия в Украине приняв Закон Украины №2739 «О государственном регулировании производства и оборота спирта этилового, коньячного и плодового, алкогольных напитков и табачных изделий» по оптовой торговле алкогольными напитками, изготовленными из собственного виноматериала (не приобретенного)» [3]. Главной преградой в виноделии было установка не подъемной для малого производителя платы за оптовую торговлю алкогольными напитками, которую обязаны получать вместе с лицензией на производство все производители. В области садоводства большинство производителей плодов и ягод – это мелкие хозяйства, выращивающие достаточное количество сырья для переработки, в частности, производства алкогольных напитков.

На основе проведенного анализа конкурентоспособности винодельческой отрасли Украины можно сделать вывод, что винодельческие предприятия имеют значительные резервы роста. Однако на сегодняшний день винодельческая отрасль находится в запущенном состоянии. Это подтверждает сокращение объемов производства виноградного вина, которое связано с социальными, экономическими, политическими причинами. Однако, наибольшее влияние оказывает сокращение площадей виноградников, снижение платежеспособности населения. Увеличение площадей виноградников, повышение уровня качества вина, уменьшение объемов фальсификата, внедрение в производство органических вин будет способствовать улучшению состояния рынка вина в Украине и поможет украинским предприятиям стать более конкурентоспособными.

#### Литература:

1. Агроиндустрия. Спецвыпуск: виноград август 2016 [Электронный ресурс]. □ Режим доступа: <http://infoindustria.com.ua/>
2. Амелина Н. К. Показатели и условия повышения конкурентоспособности предприятий [Электронный ресурс]. □ Режим доступа: [www.Nbu.gov.ua/portal/natural/vntu/2008\\_17\\_1/80.pdf](http://www.Nbu.gov.ua/portal/natural/vntu/2008_17_1/80.pdf).
3. Закон Украины №2739 «О внесении изменений в Закон Украины «О государственном регулировании производства и оборота спирта этилового, коньячного и плодового, алкогольных напитков и табачных изделий» относительно оптовой торговли алкогольными напитками,

изготовленными из собственного виноматериала (не приобретенного)» [Электронный ресурс]. □ Режим доступа: <http://jurliga.ligazakon.ua/news/2016/9/20/150662.htm>

4. Игнатъева И.А. Стратегический менеджмент: Учебник / И. А. Игнатъева. □ К.: Каравелла, 2008. – 480с.

5. Косовская К. В., Яблонская Н.В. Проблемы и перспективы винодельческой отрасли Украины/ К. В. Косовская, Н.В. Яблонская// Материалы Всеукраинской научно–практической конференции «Наука и жизнь» – 2011 ». □ Николаев: НУК, 2011. □ С. 10–12.

6. Сиваченко И. Ю. Управление международной конкурентоспособностью предприятий: учеб. пособие / И. Ю. Сиваченко, Ю. Г. Козак, Ю. И. Ехануров; под ред. И. Е. Сиваченко, Ю. Г. Козака, Ю. И. Еханурова]. □ М.: Центр учебной литературы, 2006. □ 456 с.

## **К ВОПРОСУ АНАЛИЗА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ВИНОДЕЛЬЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ АТО ГАГАУЗИЯ**

*преподаватель, магистр экономики, докторант "Кафедры Экономики" Е. Бабенко  
Комратский государственный университет*

В эпоху информационного общества характер и темпы развития все в большей степени, определяется качеством человеческого потенциала. Из- за усиливающейся конкурентной борьбы, успех большинства организаций зависит от качества и способностей трудовых ресурсов. Цель данной статьи состоит в исследовании состояния человеческого потенциала винодельческих предприятий региона Молдовы – АТО Гагаузия.

Важнейшим фактором роста эффективности промышленного производства и обеспечения конкурентоспособности предприятий является человеческий потенциал. Человеческий потенциал является движущим фактором развития бизнес–структур АТО Гагаузия, влияющий на их экономическую эффективность и устойчивость развития. Численность персонала винодельческих предприятий составляет за исследуемый период в среднем 951 чел. Значительная величина численности персонала наблюдается в 2013 году – 1054 чел., что на 103 чел. выше среднего уровня. Минимальная численность наблюдается в 2011 году – 871 чел.

Наибольший удельный вес в общей численности работников предприятий приходится на категорию рабочих. Так, за исследуемый период данная величина находилась в диапазоне от 656 до 814 чел. Следующая по величине – это категория служащие, при этом самая большая величина данной категории работников наблюдается в 2013 – 136 чел., что обусловлено, прежде всего, увеличением численности персонала в отрасли за этот период.

Кроме того, интерес представляет информация о возрастном составе персонала исследуемых предприятий. Наибольшая численность персонала представлена категорией работников в возрасте от 46 до 55 лет. Это говорит, о том, что на винодельческих предприятиях осуществляет свою деятельность персонал с хорошим опытом работы, как по специальностям, так и в рамках исследуемых предприятий. Так, наибольший удельный вес составляет категория персонала возрастом от 46 до 55 лет – 37 %. Достаточно весомая доля – 28 % принадлежит категории работников, возраст которых составляет более 55 лет. Наименьшую долю занимают работники возрастом от 26 до 35 лет.

На винодельческих предприятиях АТО Гагаузия более 50% работников имеют средне–профессиональное образование. 23 % работников имеют высшее образование, и это в основном, руководители и специалисты. Согласно проведенному опросу винодельческие предприятия в основном функционируют в диапазоне от 10 до 20 лет. Так, 4 предприятия действуют на рынке винодельческой продукции от 10 до 15 лет, а 2 предприятий от 15 до 20 лет. Кроме того, 1 предприятие осуществляет свою деятельность 25 лет, и еще 1 – более 50 лет.

Деятельность всех винодельческих предприятий относится к промышленности. Форма собственности всех предприятий – частная. У каждого предприятия утверждена своя организационная структура управления. Так, у 11 % предприятий линейная структура, а у преимущественной части – 67 % – функциональная. Это объясняется тем, что при данной структуре наблюдается высокая компетентность специалистов–технологов, а также отвечающих за систему сбыта и управления.