

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



МАТЕРІАЛИ

XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

17 – 18 ЖОВТНЯ 2023 р.

«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»

м. Одеса

УДК 330.34:005.35(477"20")

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції 17-18 жовтня 2023 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2023. – 663 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Козак К.Б. - д-р екон. наук, професор, директор ННІПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Баранюк Х.О. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д. – к.е.н., доц., Волкова А.Ю. – ас., Мільчева В.В. - PhD, доц., Новикова В.С.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Дьяченко Ю.В., к.е.н., доцент
Соколова А.Г., здоб. СВО «Магістр»

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

В сучасних умовах гострої конкуренції на ринку, багатьом підприємствам доводиться конкурувати з іншими компаніями, які пропонують схожі товари або послуги. Рівень конкуренції постійно зростає, а споживачі стають більш вимогливими до якості продукції та обслуговування, що надаються підприємствами. У зв'язку з цим однією з ключових задач підприємств є розробка та реалізація конкурентних стратегій.

Майкл Портер, автор книги «Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів» висловлює впевненість в тому, що конкурентна стратегія – це ділова стратегія будь-якої організації, основою якої є стійка конкурентна перевага. За своєю суттю конкурентна стратегія хоча й є такою, що забезпечує діловий рівень управління підприємством, однак вона вужча за масштабністю, ніж загальна стратегія того ж підприємства [1].

Для досягнення успішних результатів на ринку, підприємство повинно вибрати відповідну стратегію, яка дозволить здобути конкурентні переваги у змаганні за споживачів. Основні стратегії, запропоновані Майклом Портером, є важливою основою для багатьох сучасних стратегій.

1. Лідерство у витратах: стратегія полягає в намаганні знизити виробничі витрати порівняно з конкурентами. Для цього потрібні стабільні інвестиції, висока ефективність, суворий контроль за виробництвом і збутом, а також випуск стандартизованих і дешевих товарів.

2. Диференціація: стратегія передбачає створення унікальних продуктів або послуг, які споживачі сприймають як особливі. Ця унікальність може включати в себе якість продукту, обслуговування, імідж або навіть кадровий склад.

3. Фокусування: стратегія орієнтується на задоволення потреб конкретного сегмента чи групи клієнтів, на відміну від спроби охопити весь ринок. Фокусування може базуватися як на диференціації, так і на лідерстві у витратах або навіть на обох конкурентних перевагах у певному сегменті [1].

Вибір ефективної в даних умовах зовнішнього середовища стратегії є важливим кроком для досягнення успіху підприємства на ринку. Компанії, які не чітко визначили свою конкурентну стратегію, часто знаходяться в складному становищі, адже вони мають обмежену частку ринку, стикаються з фінансовими труднощами та низькою рентабельністю діяльності.

Прикладом ринку з високим рівнем конкуренції і сильною конкурентною боротьбою може служити вітчизняний ринок алкогольних напоїв. Галузь з виробництва вин і брендів значно постраждала через

повномасштабну війну на території України. Однією з причин цього є те, що бренди і вино не є продуктами першої необхідності. Крім того, на ринок алкогольних напоїв негативно впливають зростаючі ціни, скорочення доходів населення, збільшення рівня безробіття, зменшення споживання алкогольних напоїв у воєнний стан та різкі коливання курсів іноземних валют.

Кабінет Міністрів України зареєстрував законопроект у Раді, який передбачає підвищення ставки акцизного податку на алкогольні напої, що включають коньяк та вино (середня ставка акцизу збільшиться на 5%). Внаслідок цього підвищення акцизного збору очікується зростання цін на алкогольні напої. Крім того, виробники алкоголю повинні будуть змінити назви своїх продуктів, оскільки Україна має намір відмовитися від використання географічних назв, таких як "шампанське" та "коньяк", до кінця 2025 року, відповідно до вимог Європейського Союзу у рамках проекту "Географічні зазначення в Україні" [2].

Окрім цього, погіршився стан сировинної бази – за даними Держстату у 2022 році загальна площа виноградних насаджень по всіх категоріях господарств скоротилася на третину в порівнянні з довоєнним 2021 роком. Точніше, площа виноградників зменшилася з 34,7 до 26 тис. га. Відповідно збір винограду зменшився з 264,1 до 244 тис. т [3].

Разом з введенням воєнного стану в країні, уряд офіційно заборонив продаж алкоголю на території України в перші місяці війни, що також негативно вплинуло на ринок алкогольних напоїв, - виробництво спиртних напоїв та виноградних вин стрімко зменшилось (табл. 1).

Таблиця 1 – Індеси промислової продукції за видами діяльності та основними промисловими групами у 2018-2022 роках[3]

Назва	Код за КВЕД-2010	% до попереднього року				
		2018	2019	2020	2021	2022
Дистиляція, ректифікація та змішування спиртних напоїв	11.01	93,3	95,6	100,4	103,2	92,5
Виробництво виноградних вин	11.02	88,0	85,6	80,2	98,0	49,8

Перспективи розвитку ринку винно-коньячних виробів в Україні є важко передбачуваними, оскільки маленькі гравці поступово виходять з ринку, що призводить до зміцнення позицій великих компаній. Торгові марки «Шустов», «Шабо» і «Таврія» є одними з найвідоміших брендів українських коньяків та вин.

ПрАТ «Одеський коньячний завод» (ТМ «Шустов») протягом багатьох років займає провідні позиції на ринку коньяку в Україні, що становить приблизно 20% ринку. Компанія володіє чималими виноградниками площею близько 1000 га та має найбільший в Європі цех для дистиляції, який щодня виробляє до 30 мільйонів літрів виноматеріалів [4].

Важливо відзначити, що завод, незважаючи на свою назву, випускає не лише високоякісне українське бренді, а й також виробляє ігристе вино та коньячно-шоколадні дижестиви на основі коньячних спиртів в поєднанні з натуральними екстрактами шоколаду, фруктів та прянощів.

ПрАТ «Одеський коньячний завод» може успішно застосовувати стратегію диференціації для збільшення своєї конкурентоспроможності та привертання уваги споживачів. Нижче наведено кілька альтернатив, які ми пропонуємо використовувати в рамках цієї стратегії:

1. Розширення асортименту коньяків та вин: розробка ексклюзивних категорій, наприклад, «Колекційні бренді».

2. Забезпечення високої якості виноматеріалів, що відповідають найвищим європейським стандартам.

3. Організація культурних заходів таких як дегустації, тури по виноградниках і заводу, а також інформаційні заходи, що розширюють знання про коньяк та вино та залучають нових споживачів.

Література

1. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів; перекл. з англ. К.: Наш Формат, 2020. 424 с.

2. AGRONEWS: Коньяк в Україні будуть виробляти за новими правилами: [Інтернет-портал]. Одеса, 2023. URL: <https://agronews.ua/news/kon-iak-v-ukraini-budut-vyrobliaty-za-novymy-pravylamy/> (дата звернення: 06.09.2023).

3. Офіційний сайт Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.09.2023).

4. Офіційний сайт компанії «ShustoFF». URL: <https://shustoff.com> (дата звернення: 07.09.2023).

120.	Асауленко Н.В. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ - ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	418
121.	Богач В.М. СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ В ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ.....	421
122.	Дьяченко Ю.В., Кисса А.Б. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО НАБОРУ ПІДПРИЄМСТВА.....	426
123.	Дьяченко Ю.В., Соколова А.Г. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	436
124.	Дьяченко Ю.В., Чуприна А.В., Качуровський О.Є. ВИКОРИСТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАДЛЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	432
125.	Лавров В.Д., Дроздова В.А. РИЗИКИ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ МОРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ЗЕРНА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ СТРАХУВАННЯ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ В УКРАЇНІ.....	435
126.	Дьяченко Ю.В., Дурбалова Н.І., Лавров В.Д. ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ ТА БОЙОВИХ ДІЙ НА РИНОК СТРАХУВАННЯ ТА ІНВЕСТИЦІЙНИХ ГАРАНТІЙ УКРАЇНИ.....	438
127.	Kisiielis-Shvydka Y., Kozak K. SCRUM TEAMS AS A TOOL FOR FLEXIBLE MANAGEMENT STYLE IN ORGANIZATION.....	441
128.	Козак К.Б. ПОРІВНЯННЯ СУЧАСНИХ СИСТЕМ ВИНАГОРОД.....	443
129.	Коренман Є.М. ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ.....	446
130.	Корсікова Н.М., Левчук Ю.С. ФІНАНСОВА СТАБІЛІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ В КРИЗОВИХ УМОВАХ....	449
131.	Корсікова Н.М., Решетченко А.В., Жестікова М.К. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАХОДАМИ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	452
132.	Ніколюк О.В., Бурлаков В.С. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	456
133.	Козак К.Б., Новак-Кривчук Ю.Р. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ І ЗАСТОСУВАННЯ МЕДІАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	460