

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КОНЬЯЧНОЙ ОТРАСЛИ

Кирносова М.В., Доброскок В.В.

Одесский национальный политехнический университет

Статья посвящена выявлению тенденций и проблем развития отечественного рынка коньяка на основе анализа его современного состояния. Выявлены лидеры данного сегмента. Определена проблема наличия качественного сырья для производства коньяков в Украине. Обозначены внутренние и внешние факторы, которые влияют на конкурентоспособность отечественных коньячных предприятий. Сформированы рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятий данной отрасли.

Ключевые слова: коньячный рынок, конкурентоспособность, отечественное сырьё, алкоголь, виноматериалы.

Постановка проблемы. Производство коньяка в Украине не является ведущим в отрасли алкогольных напитков. Но и на этом относительно небольшом рынке существует конкуренция и проблемы. В частности, это недостаток отечественного сырья для производства коньяка, рост себестоимости продукции и падение платежеспособности населения. Это создаст преграды и неудобства для уже работающих на рынке производителей и для тех, кто хотел бы войти на рынок. Данная проблема негативно сказывается на развитии коньячной отрасли и ужесточает конкуренцию.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблему повышения конкурентоспособности отечественных предприятий рассматривали украинские учёные В. Билоус, В. Геец, М. Гельвановский, Б. Губский, Д. Кузин, Д. Лукьяненко, М. Портер, Ю. Слободчикова.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Недостаточно исследованы пути повышения конкурентоспособности украинской коньячной отрасли.

Цель статьи. Главной целью этой работы является поиск путей решения проблемы повышения конкурентоспособности украинских предприятий по производству коньяка.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать современное состояние рынка коньяка в стране, выявить проблемы и тенденции его развития;
- определить факторы повышающие конкурентоспособность украинских предприятий по производству коньяка.

Изложение основного материала. По данным Государственной службы статистики, в 2017 году производство коньяков и бренди в Украине уменьшилось на 13% по сравнению с 2016 годом – до 2 млн 407 тыс. дал. За месяц (декабрь к ноябрю 2017 года) производство коньяков и бренди в Украине выросло на 20,6%. За последний месяц 2017 года в Украине было произведено 398 тыс. дал коньяков и бренди [1]. Что связано с повышением спроса на праздничные дни.

Стоит заметить, что сокращение объемов производства легального алкоголя происходит на фоне роста доли теневого сегмента алкогольного рынка.

Начиная с 2014 года, производители и импортеры коньячной продукции в Украи-

не ощутили влияние негативных тенденций и, как следствие, сокращение емкости рынка на 46% [2]. В первую очередь, речь идет о государственном регулировании отрасли и повышении акциза на коньячную продукцию в течение последних 3 лет. А с 1 января 2018 года акцизы на коньячный спирт выросли на 20% – до 126,96 грн за литр 100% спирта [3]. Кроме того, на показатели отрасли существенно повлияли рост себестоимости продукции (в числе, увеличение цен на спирт и энергоносители), а также сложная геополитическая и экономическая ситуация (аннексия Крыма и военные действия на востоке страны).

Существенным фактором также, оказалась девальвация гривны, ставшая причиной роста цен на импортную коньячную продукцию и сырья для производства.

В результате, потребители были вынуждены переориентироваться на более дешевые товары, что, в свою очередь, спровоцировало падение объемов поставок импортных коньяков и бренди в Украину. А также вырос спрос на теневую продукцию этого сегмента.

В 2017 году украинские виноделы произвели 18,7 млн дал виноматериалов, что почти на 2 млн дал больше, чем годом ранее. При этом переработали 270 тыс. тонн винограда, из которых вырастили сами только 42 тыс. тонн, а остальные 228 тыс. тонн – купили [4].

Необходимо обратить внимание на то, что в прошлом году резко увеличилось производство коньячных виноматериалов. Если в 2016 г. их произвели 2,1 млн дал, то в прошлом году почти вдвое больше – 3,98 млн дал [4].

Эксперты поясняют настолько резкий рост правительственными инициативами, согласно которым доля украинского сырья в коньяках должна составлять не менее 30% начиная с января 2018 г. В противном случае использовать на бутылках словосочетание "коньяк Украины" производитель не сможет.

«Поэтому очень многие производители перерабатывали и закладывали на выдержку собственные коньячные спирты, чтобы в будущем иметь украинскую долю сырья», – разъяснил директор ассоциации «Виноградари и виноделы Украины» Вячеслав Пономарев [5].

Объем импорта коньяка в 2015 году в Украину уменьшился в натуральном выражении более чем в два раза относительно 2014 года. По итогам

января – декабря 2015г в Украину было поставлено 217,6 тыс. дал коньяка иностранного производства (-52,5%, год-к-году) на сумму 298 млн. грн. В денежном выражении объем импорта коньяка в денежном выражении уменьшился на 22% из-за роста импортных цен на готовую продукцию [6].

Основными странами-поставщиками коньяка в Украину являются Грузия, Армения, Молдова и Франция. Суммарная доля этих четырех стран в общем объеме импорта коньяка в Украину в натуральном выражении составила 86,4%. Следует отметить, что Армения, Молдова и Франция увеличили свои доли на рынке коньяка Украины в 2015 г., а Грузия – уменьшила. Так, по результатам 2015 года доля грузинского коньяка на рынке Украины составила 50,2% по сравнению с 70,0% годом ранее [6].

Лидирующую позицию по производству коньяка в Украине занимает ДМК «Таврия» с долей 29%, затем ПТК «Шабо» с долей 22%, Одесский коньячный завод (ТМ «Шустов», «Чайка») с долей 20%, Ужгородский коньячный завод с долей 11% (ТМ «Ужгородский», «Тиса») и Николаевский коньячный завод (ТМ «Коблево») с долей 6% [7].

Для того чтобы проанализировать степень влияния отдельно взятых факторов на конкурентоспособность производства коньяка группируем их по уровням внешнего и внутреннего воздействия.

Внутренние факторы это те, которые связаны со способностью предприятия выпускать продукцию необходимого и достойного качества.

Внешние факторы в условиях рыночных отношений способствуют формированию качества продукции. Внешняя или окружающая среда является важным условием существования любого предприятия и является по отношению к нему неконтролируемым фактором.

Анализ внешней среды дает возможности организации для прогнозирования ее возможностей, для составления плана на случай непредвиденных обстоятельств, для разработки системы раннего предупреждения на случай возможных угроз и для разработки стратегий, которые могли бы превратить внешние угрозы в любые выгодные возможности.

Среди факторов внешней среды конкурентные факторы занимают особое место. Ни одна организация не может себе позволить игнорировать факторические или возможные реакции своих конкурентов.

Внутренние факторы, влияющие на конкурентоспособность коньяка:

- реклама;
- качество оборудования, уровень технологии;
- уровень квалификации персонала;
- наличие на предприятии маркетинговой службы, занимающейся планированием сбыта коньяка;
- доступность источников финансирования, привлечение предприятием заёмных источников;
- имидж фирмы (популярность торговой марки, репутация фирмы, компании);
- уровень развития внешних связей;
- ассортимент коньячной продукции;

– принятие предприятием мер по эффективному использованию земель: соблюдение агротехнологии, контроль качества земель;

– внутрихозяйственный контроль качества продукции, премирование работников за качество.

Внешние факторы, влияющие на конкурентоспособность коньяка:

- уровень среднерыночных цен на коньяк;
- острота конкуренции;
- национальные и региональные особенности региона, влияющие на формирование платежеспособного спроса на данную продукцию;
- государственная политика в поддержке производителей в отрасли коньячного производства;
- климатические, погодные условия, сложившиеся в определённый период;
- объём рынка;
- разработка стандартов качества продукции, контроль соответствия произведённой продукции утверждённым стандартам;
- структура и размер инвестиций в отрасль.

Таким образом, определить характер этой зависимости и выразить ее количественно трудно, однако ее наличие является стимулом для поиска путей оценки и повышения конкурентоспособности.

Выводы и предложения. В связи с вступление Украины во Всемирную Торговую Организацию и предстоящим усилением для повышения конкурентоспособности украинской коньячной продукции на отечественном и зарубежном рынках целесообразно в первую очередь выполнить:

- разработку и финансовое обеспечение реализации региональных программ развития коньячного производства на тот же период, что и государственная программа;
- ежегодную закладку новых элитных сортов виноградников, на площадях, которые обеспечивали бы потребность отечественных коньячных предприятий в качественном сырье для производства коньячного спирта в полной мере;
- закладку новых виноградников на собственной земле, либо земле, полученной в долгосрочную аренду;
- разработку закона о согласовании отечественных требований к коньяку и другим алкогольным продуктам с мировыми требованиями по качеству, безопасности, производству, санитарно-гигиеническим условиям, упаковке, маркировке, таре, хранению, транспортировке, наименованиям, реализации и ответственности производителей и продавцов;
- лицензирование всего цикла производства коньяка для исключения его фальсификации, предусматривающее выдачу лицензий только тем производителям, которые имеют собственные виноградники, собственные производства выкурки спирта, обеспечены автоматизированными линиями стерильного разлива, холодильным, химическим, микробиологическим, технологическим оборудованием мирового уровня, удовлетворяющим стандартам качества ИСО 9000 и имеют специалистов, обладающих соответствующими знаниями.

Список литературы:

1. В украинских коньяках стало больше качественного сырья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukragroconsult.com/>.
2. Аналітичний огляд ринку коньяку України [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://pro-consulting.ua/pressroom/znachitelnoe-sokrashenie-analiticheskij-obzor-rynka-konyaka-ukrainy>.
3. Согласно ст. 215 Налогового кодекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://meget.kiev.ua/kodeks/nalogoviy-kodeks/statya-215/>.
4. В украинских коньяках стало больше отечественного сырья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://delo.ua/business/v-ukraine-vygoslo-proizvodstvo-konjaka-338030/>.
5. Украинские виноделы переходят на коньяк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ubr.ua/market/trade/ukrainskie-vinodely-perekhodjat-na-konjak-3862975>.
6. Обзор внешней торговли коньяка в Украине (итоги 2015 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ar-group.kiev.ua/novosti/67-obzor-vneshnej-torgovli-konyaka-v-ukraine-itogi-2015g/>.
7. Замена рынка коньяка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://techdrinks.info/ru/news/znamenar-yinka-konyaka---yhor-terekhyn--ekspert>.

Кірносова М.В., Доброскок В.В.

Одеський національний політехнічний університет

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНЬЯЧНОЇ ГАЛУЗІ

Анотація

Стаття присвячена виявленню тенденцій і проблем розвитку вітчизняного ринку коньяку на основі аналізу його сучасного стану. Виявлено лідери даного сегмента. Визначена проблема наявності якісної сировини для виробництва коньяків в Україні. Виділено внутрішні і зовнішні чинники, які впливають на конкурентоспроможність вітчизняних коньячних підприємств. Сформовано рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств даної галузі.

Ключові слова: коньячний ринок, конкурентоспроможність, вітчизняна сировина, алкоголь, виноматеріали.

Kirnosova M.V., Dobroskok V.V.

Odessa National Polytechnic University

INCREASE COMPETITIVENESS OF BRANDY INDUSTRY ENTERPRISES

Summary

The article is devoted to revealing of tendencies and problems of development of the domestic market of cognac on the basis of the analysis of its modern condition. Leaders of this segment are revealed. The problem of availability of quality raw materials for the production of cognacs in Ukraine is defined. The internal and external factors that influence the competitiveness of the domestic cognac enterprises are singled out. The recommendations on increasing the competitiveness of enterprises in this industry have been formulated.

Keywords: market of cognac, competitiveness, domestic raw materials, alcohol, wine materials.