

Тези доповідей 48-ої наукової конференції молодих дослідників ОНПУ-магістрантів "Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі". // Одеса: ОНПУ, 2013, вип. 48.

УДК 658.8.009.12

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ЧИННИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ**

Труфкіна О.М.

Науковий керівник – доц. кафедри «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності», канд. екон. наук, Акименко Н.В.

На сьогоднішній день виробництво вина є одним із найбільш прибуткових сегментів українського ринку алкогольних напоїв. Сприятливими чинниками для розвитку виноробства є природно-кліматичні умови та сформована культура споживання вина населенням.

Однак, сучасні ринкові умови висувають все жорсткіші вимоги до підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств України. Більшість провідних підприємств галузі змушені реформувати свою діяльність та модернізувати виробництво, випускати продукцію за новими стандартами якості, що, відповідно, потребує ретельного та професійного планування з боку менеджменту підприємств.

Закон конкуренції – один із найважливіших загальних економічних законів розвинутого товарного виробництва, якому внутрішньо притаманна боротьба окремих товаровиробників за споживача їхньої продукції. Він виражає стійку залежність між усіма учасниками процесу виробництва і споживання товарів, їх постійну боротьбу, яка змушує товаровиробників удосконалювати процес виробництва, впроваджувати найновіші досягнення НТП [1].

Для підвищення конкурентоспроможності підприємствам треба зазначити області збуту, потреби, попит на продукцію, ціни, дослідити ємність ринку, визначити частки підприємства у загальному обсязі продажу продукції даного асортименту, проаналізувати

Тези доповідей 48-ої наукової конференції молодих дослідників ОНПУ-магістрантів "Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі". // Одеса: ОНПУ, 2013, вип. 48.

ринкові ситуації, дослідити динаміку обсягу продажу, проаналізувати канали збуту, вивчити думки покупців і споживчі переваги, проаналізувати конкурентів на ринку, а найголовніше - забезпечити доступність товару по низьким цінам, відповідаючи співвідношенню ціна-якість.

#### Література:

1. Портер М. Стратегія конкуренції: Пер. с англ. А. Олійник, Р. Спільський. – К.: Основа, 1997. – 392 с