

ПРАВИЛЬНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ – ЗАЛОГ УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА

Студ. Мільчева В.В.

Наук. керівник ст. викладач Голодонюк О.М.
Одеська національна академія харчових технологій

Про користь вина відомо з часів його появи. Лікарі Стародавнього Риму та Стародавньої Греції вважали вино ліками. У період середньовіччя лікування вином проникло до Європи. Тоді ж і зародилася наука лікування вином — енотерапія.

Проте, не кожне вино має лікувальні властивості. Цінителі цього напою відмовляються пити неякісне вино, а віддають перевагу натуральним сортовим винам, які покращують стан здоров'я, мають приємний аромат та колір, сприяють відчуттю задоволення і доброму настрою. Тези присвячені не новому виноробному підприємству, а підприємству зі сторічною історією існування і славними традиціями виробництва вина, підприємству, яке має багатий досвід виживання в умовах перебудови країни і економічних криз. Це легенда міста Одеси, розташована на Французькому бульварі – ПрАТ «Одесавинпром», продукція якого відома не тільки в Україні, але й далеко за її межами, а асортимент нараховує понад 100 видів вин, шампанського та коньячних виробів. Для подальшого успішного розвитку даного підприємства важливо обрати правильну маркетингову стратегію. Тому за допомогою матриці Бостонської консалтингової групи (БКГ) було проведено портфельний аналіз трьох стратегічних зон господарювання (СЗГ) до яких увійшли шампанське, тихі вина та коньяк. Їх позиції представлені на рисунку 1.



Рис. 1. Матриця БКГ для ПрАТ «Одесавинпром»

З рисунку 1 видно, що найбільш перспективною зоною господарювання, «зіркою» підприємства є тихі вина, які набирають обертів завдяки зростаючим темпам росту ринку та великій відносній долі, яку займає ця продукція на ринку.

Для з'ясування що саме потрібно робити ПрАТ «Одесавинпром», в якому напрямку просуватись далі, був проведений SWOT - аналіз, який на підставі дослідження сильних та слабких сторін діяльності підприємства, його можливостей і загроз, яскраво продемонстрував, що єдиним правильним стратегічним рішенням являється розширення асортименту тихих вин для задоволення потреб вимогливих споживачів. Саме ці висновки сприяли розробці інноваційного проекту, яким передбачено розширити лінійку вин торгової марки «Вина Гулієвих» за рахунок впровадження білого вина «Совіньон Select» і рожевого вина «Трамінер Reserve», які представляють собою високоякісні натуральні сортові авторські сухі вина з елітного винограду, зібраного з власних виноградних угідь.

Вибір пропонуваного виду вина був не випадковим. Йому передувала велика аналітична та дослідницька робота з вивчення стану виноробного виробництва в Україні, перспектив та напрямків його розвитку, а також консультації з передовими спеціалістами кафедри виноробства ОНАХТ по розробці та впровадженню інноваційних технологій у процес переробки винограду та отримання елітного вина.

З проведених розрахунків зрозуміло, що запропонований проект позитивно вплине на діяльність підприємства: чистий дохід фірми збільшиться на 5328 тис. грн. або на 2,8%; прибуток зросте на 1851 тис. грн., що складе 26%.