

точності прогнозів; більш результативних комунікацій; визначення товарів, які задовольняють потреби ринку; зниження витрат; підбору стабільних партнерів;

3) ефективність управління взаємозв'язками у зовнішньому середовищі: задоволеність споживачів та покупців у контексті подальшого підвищення фінансового добробуту підприємства.

Таким чином, цілком очевидним є той факт, що одним із оптимальних варіантів для розвитку бізнесу, зміцнення фінансового стану буде розробка комплексу маркетингових стратегій управління за допомогою перерахованих видів маркетингових активів.

Список використаних джерел

1. Бабко Н. М. Особливості маркетингу в банківській сфері. Економічна безпека держави в контексті національних інтересів: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 23 квіт. 2021 р.). МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків: ХНУВС, 2021. С. 49-51.

2. Бабко Н. М., Бережна Ю.Г., Прокопенко О.В. Теоретико-методологічні аспекти бізнес аналізу в маркетингових дослідженнях. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. № 2. С. 320–326.

3. Бабко Н.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Квятко Т.М., Романюк І.А. Поведінка споживача: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 165 с.

4. Мандич О.В., Бабко Н.М., Співак С.І. Реінжиніринг бізнес-процесів при формуванні маркетингової та логістичної діяльності інтегрованих підприємств. Український журнал прикладної економіки. 2019. № 4. С 402-410.

5. Сєвідова І.О., Мандич О.В., Квятко Т.М., Бабко Н.М., Романюк І.А. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 200 с.

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О.С. Солдатенко, магістрант

В.В. Нечипоренко, канд. с.-г. наук, доц.

Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Створення конкурентних переваг сільськогосподарської продукції є стратегічним напрямком діяльності підприємства у забезпеченні його конкурентоспроможності на ринку

агропродовольчої продукції. Аграрні підприємства в процесі своєї діяльності стають учасниками конкурентної боротьби за споживача і можливість їх виживання залежить від здатності ефективно та в комплексі використовувати усі свої переваги над конкурентами

Проблеми забезпечення і, відповідно, підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств пов'язані із загостренням конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринках, а також інтеграцією України до ЄС [1]. Також слід зазначити, що на конкурентоспроможність аграрних підприємств впливає багато факторів, серед яких слід виділити як негативні так і позитивні. До позитивних факторів слід віднести: природно-економічний потенціал для виробництва конкурентоспроможної продукції; потенційна емність ринку аграрної продукції

Негативними факторами є: «недружнє» бізнес середовище, оскільки існує ймовірність рейдерських атак та розгортання конкуренції за монопольний доступ до ресурсів держави; слабка сприйнятливність до науково-технічних досягнень та низька інноваційна активність аграрних підприємств; зростання цін на матеріально-технічні засоби, що використовуються у галузі; нерозвинута інфраструктура агропродовольчого ринку: недосконалість земельних відносин у аграрній сфері [2].

Таким чином, забезпечення і підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств є важливим і нагальним завданням. Задля його реалізації аграрним підприємствам необхідна оптимальна програма виробництва основних видів продукції, постійне зростання ресурсного потенціалу, що дозволить оптимізувати отримання прибутків на одиницю залучених у виробництво земель та інших ресурсів; розробка власної стратегії розвитку, реалізація якої дозволить підвищити конкурентоспроможність та сформувати стійку конкурентну позицію на ринку.

Список використаних джерел

1. Спаський Г.В. Підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств в умовах євроінтеграції. *Економіка АПК*. 2017. №9. С. 33.
2. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія. К.: Інститут аграрної економіки. 2007. 270 с.