

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ УКРАИНЫ

***Вольвач О.А., Ракша И.Л., студентки*,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка***

Обеспечение выпуска высококачественной и конкурентоспособной продукции во всем мире рассматриваются как важная проблема национальной экономики, от которой зависят темпы промышленного развития страны и ее национальный престиж.

В рыночной экономике основным фактором коммерческого успеха предприятия с любой формой собственности является конкурентоспособность его продукции, то есть насколько она лучше аналогов-продукций выпускаемой конкурирующими предприятиями.

В условиях высокой насыщенности товарных рынков, превышения на них предложения над спросом, каждый товар (и стоящие за ним товаропроизводитель и продавец) вынужден вести жестокую борьбу за предпочтения потребителя. Множество товаров одновременно предлагают одинаковые или различные способы удовлетворения одной и той же потребности покупателей на равных или незначительно отличающихся ценовых условиях. В этой ситуации предпочтения потребителя отдается товару, который в маркетинге определяется как конкурентоспособный [1].

Конкурентоспособность – это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, экономическим, техническим, эстетическим, эргономическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (сроки поставки, цена, каналы сбыта, сервис, реклама).

Под конкурентоспособностью понимают способность достигать и отвечать наивысшим результатам в определенной сфере, а также комплекс потребительских (ценовых) характеристик продукции, которые определяют ее успех на конкурентном рынке.

На сегодняшний день существует несколько способов оценки конкурентоспособности продукции. Каждый из них имеет свои

* *Научный руководитель – Сахненко В.П., к.э.н., доцент*

преимущества и недостатки. Но всех их можно свести в два базовых подхода к оценке конкурентоспособности это:

— дифференциальный, в результате оценки которого устанавливается: достигнут ли уровень параметров базовой техники, по каким параметрам он не достигнут, какие из параметров наиболее сильно отличаются от базовых;

— маркетинговый (комплексный), основанный на применении групповых, интегральных, смешанных показателей или сопоставлении показателей удельных полезных эффектов разрабатываемой продукции и продукции аналога-конкурента с учетом весомости каждого параметра.

Сельскохозяйственная продукция украинского производства имеет высокие качественные параметры, а часто и более высокие, чем зарубежные аналоги (отечественные производители меньше применяют средства защиты растений, минеральных удобрений, разных стимуляторов и биодобавок, которые, неизбежно присутствуют в готовой продукции зарубежных производителей).

На уровень качества и конкурентоспособность продукции влияет много разноплановых факторов. Достичь необходимого уровня качества и конкурентоспособности товаров можно с помощью:

— использования достижений науки и техники в процессе проектирования изделий;

— применения новейших технологий производства и строгого соблюдения технологической дисциплины;

— обеспечения стандартов и технических условий;

— внедрения современных методов контроля на всех стадиях изготовления продукции;

— расширения прямых хозяйственных связей между продавцами и покупателями.

На данный момент в Украине в большинстве хозяйств не хватает современной техники и соответствующих ресурсов, и как следствие снижается урожайность и качественный показатель продукции. Поэтому очень важным фактором победы аграрных предприятий в конкурентной борьбе на рынке является:

— внедрение новых технологий, в том числе ресурсосберегающих;

— приобретение современной экономичной и производительной техники, что даст возможность снизить себестоимость готовой продукции;

— расширение выпуска новой продукции, которая имеет лучшие потребительские качества и способна лучше конкурировать на внешнем и внутреннем рынке с зарубежными аналогами.

Использование новых технологий обработки земли, новых селекционных сортов, племенная работа, автоматизация процессов доения и содержания животных снижают расходы, обеспечивают качество продукции, а соответственно и ее конкурентоспособность [2].

Литература.

1. Буркинський Б.В., Стрелець А.А. Економічна оцінка конкурентоспособності [Текст] / Б.В. Буркинський, А.А. Стрелець // НАН України; Інститут проблем ринку і економіки екологічних досліджень.- К.: ІАЕ УААН, 2008. – С. 5.

2. Ромат Е.В. Реклама: Учебное пособие [Текст] / Е.В. Ромат // (ИСИО України; Высшая школа підприємництва Харківської державної академії технологій і органічного харчування).- Київ, 2006.- 224 с.

СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ МЕНЕДЖМЕНТУ В ПІДПРИЄМСТВАХ АПК

*Гаврик Є.Ф., студент**,

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

Сучасні іноземні методики менеджменту та управління підприємством проникають у всі сфери глобалізованого життя української держави. Сама термінологія менеджменту та маркетингу перестала бути неологізмами в українській мові, як і в цілому теорія – в українській науці. Проблематика функціонування підприємств АПК в сучасній Україні підкоряється нормам і законам менеджменту, які панують в усьому світі.

Актуальність теми визначається стратегією планування розвитку підприємств АПК в глобалізованому суспільстві, в фазу якого нині вступила й Україна.

Метою роботи є визначення основних напрямів стратегічного

* Науковий керівник – Зайка С.О., ст. викладач