

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКУ

**ЖУЛЯ А.І.,* СТУДЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

З переходом України до ринкових відносин особливо важливого значення набуває конкуренція товаровиробників на ринках виробленої продукції. Це повною мірою стосується і сільськогосподарських виробників, особливо з огляду на те, що ринок сільськогосподарської продукції вважається за рівнем конкуренції наближеним до досконалої. Цілком закономірно, що у таких умовах зростає вимога до формування високого рівня конкурентоспроможності товаровиробників та окремих видів сільськогосподарської продукції. Але свідомі дії у цьому напрямі можливі лише за умови чіткого з'ясування економічної сутності поняття «конкурентоспроможності».

Кушлик В.І. та Чичканова В.П. в економічному енциклопедичному словнику визначають конкурентоспроможність підприємства як здатність суб'єкта господарювання на підставі існуючих технологій, кадрів, організації виробництва й управління, забезпечення високої ділової активності, досягнення вигідних умов виробництва та збуту створювати конкурентоспроможну продукцію й одержувати прибуток. На думку професора Н.П. Гончарової, конкурентоспроможність підприємства - це можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибутковості реалізації в умовах конкурентного ринку. Досить суперечне визначення конкурентоспроможності підприємства сформулювали І. З. Должанський і Т.О. Загорна. Вони вважають її здатністю виробляти та реалізувати швидко, дешево, якісно, продавати у достатній кількості, за високого технологічного рівня обслуговування.

Продукція може бути конкурентоспроможною або неконкурентоспроможною протягом часу на різних ринках. Тому визначаючи економічний зміст і чинники формування конкурентоспроможності продукції, необхідно враховувати не тільки якісні характеристики, її відповідність попиту та витрати на виробництво, а й такі ознаки та місце здійснення продажу. Підвищення конкурентоспроможності продукції зумовлює

* Науковий керівник – Левкіна Р.В., к.е.н., доцент

необхідність створення в сільськогосподарських підприємствах служби маркетингу, основне завдання якої – управління виробничою й збутовою діяльністю підприємства. Це забезпечить ефективне виявлення потреб споживачів. Таким чином товарна політика підприємства задовольняють дані потреби і сприятимуть одержанню максимального прибутку.

Окремі питання забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції маркетинговими та іншими методами досліджувалися і знайшли відображення в працях учених – Г.Н. Бобровського, М.І. Гельвановського, М.Г. Лобаса, М.Й. Маїка та інших. Проте наукові обґрунтування напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції у реформованих підприємствах в умовах ринку нині розкриті недостатньо.

Сільське господарство є первинною ланкою агропромислового комплексу (АПК), а разом із харчовою і деякими галузями легкої промисловості (текстильною, шкіряною, хутровою) становить його основу.

Рослинництво є базовою галуззю сільського господарства, яка дає 60%, а тваринництво виробляє приблизно 40% валової сільськогосподарської продукції.

Отже, розвиток сільського господарства сприяє економічному зростанню держави через скорочення імпорту та максимізації прибутків від експорту цієї галузі й забезпечує необхідні умови для розв'язання багатьох соціальних проблем в країні, насамперед, вирішення проблем зайнятості та підвищення рівня доходу селян. Але на сучасному етапі досліджувати конкурентоспроможність галузі не можливо без урахування основних її особливостей. Адаже за останні три роки намітилися позитивні тенденції в основних економічних показниках галузі, навіть за відсутності належного рівня інвестицій почало свій розвиток. Якщо на регіональному рівні чітко простежується верховенство господарських об'єднань певних областей, то на глобальному рівні сільське господарство України програє через брак необхідних структурних, організаційних та зовнішньо-економічних перетворень.

З аналізу наукових джерел та економічних показників діяльності підприємств в Харківській області можна зробити висновок, що ціна реалізації не є показником конкурентоспроможності, а є наслідком конкурентної боротьби на ринку. Конкурентоспроможність продукції має віддзеркалювати не лише якісні та витратні характеристики продукції, а й можливість реалізації її за сформованого рівня конкурентної боротьби. Щоб створити економічні умови для простого

відтворення виробництва цієї продукції у наступному виробничому циклі мінімально необхідною умовою є забезпечення досягнення точки беззбиткового виробництва.

Для покращення беззбиткового виробництва якісних характеристик продукції сільського господарства та її конкурентоспроможності необхідно:

— удосконалювати систему техніко-технологічних й агротехнічних заходів виробництва продукції та її збут;

— впроваджувати нові ресурсо- та енергозберігаючі технології вирощування, транспортування, зберігання, переробки і реалізації продукції;

— підвищувати рівень конкурентоздатності на всіх етапах;

— впроваджувати нові високопродуктивні сорти й гібриди, високопродуктивні породи тварин і птиці;

— запроваджувати інноваційні технологічні проекти;

— інтенсифікувати виробництво за рахунок використання сучасних технологій;

— виконувати комплекс природоохоронних та екологічних заходів щодо охорони та підвищення родючості ґрунтів;

— розвивати інфраструктуру аграрного ринку, а також координувати інноваційну спрямованість розвитку агропромислового комплексу.

Отже, конкурентоспроможність – це запорука ефективної діяльності суб'єктів ринку, тобто це спроможність, вміння досягати законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг.

ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

***КОЛОСОВСЬКИЙ О.О., СТУДЕНТ,*
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

В умовах розвитку міжнародної торгівлі і споріднених їй видів діяльності, усіх окремих підприємств та галузей економіки на зовнішньому і внутрішньому ринках повністю залежить від того, наскільки їх продукція або послуги відповідають стандартам якості.

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