

вплинула на більшість галузей економіки, змінивши навіть ставлення до найпростіших необхідних речей в середовищі. Провідну роль у розвитку бізнесу сьогодні починає грати людський капітал, розвиток унікальних внутрішніх ресурсів підприємства, накопичення внутрішньофірмових організаційних знань та вмінь, які неможливо скопіювати конкурентним структурам, поєднані з ідентифікацією компетенцій і здатностей. Ці компетенції і здатності створюють можливості для побудови особистого бізнес-простору, набуття, розвитку і поширення власних конкурентних переваг. Успішне формування й імплементація їх у діяльність підприємства нерозривно пов'язані з розвитком і використанням людського капіталу. Оскільки носіями компетенцій і здатностей є працівники підприємства, саме вони є джерелом і головним потенціалом розвитку бізнесу, генерації інноваційних ідей та створення механізмів зростання. Слід зазначити, що в умовах економіки знань саме людський капітал, використовуючи нові технологічні можливості, серед постійних глобальних коливань забезпечує індивідуальний стратегічний розвиток кожного підприємства в умовах глобального конкурентного середовища.

Література:

1. Ахновська І.О., Гладкова А.О. Вплив глобального конкурентного середовища економіки знань на стратегічний розвиток підприємств FMCG. *Фаховий науковий журнал Modern Economics*. 2020. № 24.
2. Квятко Т.М. Генезис наукових основ теорії конкуренції. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки*. 2017. № 182.
3. Матеріали Державного комітету статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.01.2024).
4. Скіцько В.І. Індустрія 4.0 як промислове виробництво майбутнього. *Журнал «Інвестиції: практика та досвід»*. 2016. № 5. С.33-40.

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Квятко Т.М., кандидат економічних наук, доцент,
Інститут тваринництва НААНУ, м. Харків, Україна

У сучасних умовах господарювання фіксується посилення конкуренції практично на будь-якому сегменті товарного ринку. Не є виключенням в цьому питанні і ринок аграрної продукції, який формує

підвищені вимоги до вітчизняних товаровиробників. Однак, реформи, що відбулися в Україні протягом останніх десятиліть негативно вплинули на розвиток вітчизняного аграрного сектору, який завжди лишався одним з ключових елементів національної економіки нашої країни. Погіршення ситуації в даній галузі посилилося на початку 2022 р., у результаті російсько-українського протистояння перед вітчизняними товаровиробниками постали нові надзвичайно складні виклики, які призвели до суттєвих змін в діяльності суб'єктів агробізнесу. Сьогодні українські аграрії виявилися неготовими до конкурентної боротьби та неспроможними постачати на зовнішні ринки продукцію, яка б відповідала міжнародним стандартам якості (експертна оцінка конкурентоспроможності української аграрної продукції є досить низькою), що в свою чергу, призвело до погіршення фінансово-економічного стану даних суб'єктів бізнесу. Проте, в умовах російсько-українського конфлікту полішити ситуацію в галузі можливо, в першу чергу, за рахунок виробництва продукції, яка б відповідала вимогам міжнародних стандартів якості. У результаті виробники зможуть вийти на нові ринки, ефективно задовольнити потреби споживачів, залучити нових партнерів, підвищуючи конкурентоспроможність та забезпечуючи стійкість в умовах воєнного стану.

У результаті поглиблення інтеграційних процесів формується нове уявлення про роль якості, яка стає ключовою складовою у задоволенні потреб споживачів та завоюванні лідируючих позицій на ринку, а отже і поліпшенні фінансово-економічного стану суб'єкта аграрного бізнесу [1]. Сьогодні більшість товаровиробників розуміє, що якість продукції – це невід'ємна складова конкурентоспроможності, яка являє собою сукупність характеристик та властивостей, які є визначальними у процесі задоволення вимог споживачів в залежності до їх очікувань. Якість є відносним показником, адже вона може змінюватися. Так, наприклад, висока якість продукції може відповідати одним потребам, але не задовольняти інші. В економічній наці якість продукції оцінюється на основі певного комплексу показників, які дають можливість охарактеризувати продукт з різних боків. Концепція якості аграрної продукції ґрунтується на комплексності споживчих характеристик, котрі відповідають визначеним вимогам, враховуючи призначення продукції [2]. Як правило, підвищення якості вимагає додаткових витрат у процесі виробництва, що в подальшому, відображається на ціні для кінцевого споживача.

Аналізуючи українські реалії сьогодення, можемо прийти до висновку, що підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції в умовах російської агресії є надзвичайно важким питанням, проте певні виклики можуть бути перетворені в конкурентні переваги, якщо вжити відповідних заходів:

- державна підтримка вітчизняного товаровиробника (надання податкових пільг, надання субсидій тощо);
- диверсифікація агропродукції (розширення асортименту готової продукції, вихід на нові міжнародні ринки);
- впровадження НТП у виробничий процес (впровадження новітніх агротехнологій, цифровізація, автоматизація тощо);
- підвищення продуктивності праці (залучення молодих спеціалістів, підвищення кваліфікації працівників, впровадження систем преміювання тощо);
- раціональне використання виробничих ресурсів;
- розвиток локальних ринків.

На нашу думку, якість продукції є базовим фактором який визначає результативність діяльності аграрних підприємств та їх позицію на відповідному сегменті товарного ринку. Як показала практична діяльність товаровиробників, саме якість продукції впливає на споживчу цінність товару, лояльність споживачів до бренду, імідж компанії і т. д [3]. Умови російсько-українського конфлікту сформуvalи перед вітчизняними товаровиробниками не лише нові проблеми, але і створили можливості для виробництва високоякісної продукції та поліпшення її конкурентоспроможності. Наразі вітчизняні товаровиробники мають усвідомити, що лише виробництво продукції належної якості створює всі необхідні умови для нарощування обсягів експорту продукції, залучення інвесторів, зацікавленості споживачів та стабілізації економіки в умовах воєнного стану.

Література:

1. Вітковський Ю.П. Агрорекетинг в Україні: аспекти розвитку. *Вісник ХНТУСГ. Економічні науки*. 2019. Вип. 206. С. 193-201.
2. Квятко Т.М. Методологічне значення сучасних теорій конкуренції для економічних досліджень. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2019. № 1. С. 56-64.
3. Вітковський Ю.П., Смігунова О.В., Дудник О.В. Роль і значення малого підприємництва у формуванні стратегії розвитку економіки країни. *Український журнал прикладної економіки*. 2022. № 6. Т. 1. С. 160-164.