

Перерва О. П.,
аспірант

Науковий керівник: **Романчик Т. В.,**
канд. екон. наук, доцент, професор кафедри маркетингу
Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", м. Харків

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Актуальність виявлення конкурентоспроможних факторів інноваційної продукції вкрай важлива у сучасних умовах зростаючої конкуренції та швидких темпів технологічного розвитку [1-12]. Для агропромислових підприємств, які працюють над створенням нових продуктів або удосконаленням існуючих, розуміння того, що робить їх продукцію привабливою для споживачів і відмінною від аналогічних товарів конкурентів, є ключовим фактором успіху. За допомогою виявлення конкурентоспроможних факторів, агропромислові підприємства можуть зосередитися на розвитку продуктів, які відповідають реальним потребам ринку та забезпечують їм перевагу над конкурентами [1, 3, 9]. Крім того, цей процес дозволяє виявити можливості для інновацій та підвищення якості продукції, що допомагає зберігати або займати лідерські позиції на ринку [4, 7, 12]. У контексті швидкозмінних технологічних та соціальних тенденцій, а також зростаючого значення важкодоступних ринків, виявлення конкурентоспроможних факторів є актуальним завданням для будь-якої компанії, яка прагне успішно конкурувати та забезпечити стабільний розвиток у майбутньому [2, 5, 11]. Тому це питання залишається актуальним і потребує постійної уваги та досліджень.

Виявлення конкурентоспроможних факторів продукції агропромислових підприємств є ключовим етапом у стратегічному управлінні підприємством. Це є важливим завданням для будь-якого підприємства, що працює над розробкою нових товарів чи послуг. Це процес систематичного аналізу ринкових умов, потреб споживачів, конкурентного середовища та власних можливостей, з метою ідентифікації та підкріплення тих аспектів продукції, які надають їй перевагу на ринку. У сучасних умовах швидкозмінного ринкового середовища, де конкуренція посилюється, а споживачі стають все більш вимогливими, виявлення цих факторів стає особливо актуальним. Для успішного впровадження нової продукції на ринок необхідно ретельно вивчити та оцінити потреби споживачів, тенденції ринку, а також дії конкурентів. Це дозволить визначити ті аспекти продукції, які надають їй перевагу перед аналогічними товарами пропозиціями та сприятимуть залученню цільової аудиторії. Для виявлення конкурентоспроможних факторів продукції агропромислових підприємств застосовуються різноманітні методи та інструменти, включаючи аналіз ринку, опитування споживачів, експертні оцінки, а також вивчення внутрішніх можливостей агропромислових підприємств.

Для досягнення успіху на ринку продукція агропромислових підприємств повинна відповідати певним критеріям конкурентоспроможності. Ці критерії можуть включати такі аспекти, як якість продукту, цінова конкурентоспроможність, унікальність пропозиції, зручність використання, послуги підтримки клієнтів тощо.

Інноваційна продукція в агропромисловому секторі може мати ряд конкурентних переваг, які допомагають підприємствам відзначитися на ринку і привертати споживачів. По результатам проведеного дослідження пропонується до цих переваг віднести наступні.

1. Покращена якість продукції. Інноваційні методи виробництва можуть допомагати підвищити якість продукції, забезпечуючи споживачів більшою цінністю за їхні гроші.

2. Нові технології та процеси виробництва. Використання передових технологій і процесів може дозволити підприємствам підвищити ефективність та знизити витрати виробництва.

3. Ринкова унікальність. Інноваційна продукція може мати унікальні характеристики або особливості, які роблять її відмінною від конкурентів і привабливою для споживачів.

4. Екологічна стійкість. Інноваційні підходи можуть допомогти зменшити вплив виробництва на навколишнє середовище, що стає все більш важливим для сучасних споживачів.

5. Підвищена безпека продукції. Інноваційні технології можуть забезпечувати більшу безпеку та контроль якості продукції, що робить її більш привабливою для споживачів.

6. Розвиток нових ринків. Інноваційна продукція може відкривати нові ринки або привертати нових клієнтів, особливо якщо вона відповідає наростаючим тенденціям споживання.

7. Більша конкурентоспроможність. Здатність постійно вдосконалювати продукцію і пристосовуватися до змін на ринку робить підприємство більш конкурентоспроможним у порівнянні з іншими учасниками ринку.

Ці конкурентні переваги можуть допомогти агропромисловим підприємствам збільшити свою частку на ринку, залучати нових клієнтів і забезпечувати стійкий розвиток у майбутньому.

Процес виявлення конкурентоспроможних факторів зазвичай включає в себе аналіз ринкових досліджень, збір та аналіз даних про споживачів, а також експертні оцінки власних можливостей підприємства. Результатом цього аналізу є складення стратегії, яка дозволяє використовувати сильні сторони продукції для досягнення конкурентних переваг. У сучасному динамічному бізнес-середовищі виявлення конкурентоспроможних факторів інноваційної продукції є критично важливим для забезпечення стійкого успіху підприємства на ринку. Цей процес дозволяє підприємствам адаптуватися до змін у споживчих потребах та конкурентному середовищі та розробляти продукцію, яка відповідає цим вимогам. Отже, виявлення конкурентоспроможних факторів інноваційної продукції є важливим етапом стратегічного планування та дозволяє підприємству ефективно впроваджувати свої розробки на ринок

У даній науковій доповіді розглядається методика виявлення конкурентоспроможних факторів продукції агропромислових підприємств. З урахуванням постійних змін на ринку та зростаючої конкуренції, важливо мати чітке розуміння тих аспектів продукту, які роблять його привабливим для споживачів і відмінним від аналогічних товарів від інших виробників. Розглядаються різні підходи та методи аналізу, які допомагають ідентифікувати та оцінювати конкурентоспроможні фактори продукції агропромислових підприємств. Зокрема, розглядається аналіз ринку, вивчення споживацьких потреб, оцінка технологічних можливостей, а також оцінка конкурентів та їхніх стратегій. Крім того, матеріал доповіді надає рекомендації щодо використання цих методів у практичних умовах та їхнього впливу на процес розробки та маркетингу продуктів агропромислових підприємств.

Список використаних джерел

1. Витвицька О.Д. Вдосконалення механізмів соціально-економічних мотивацій підприємницької діяльності: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.02 / Ін-т регіональних досліджень НАН України. Л., 2000. 18с.
2. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
3. Витвицька О.Д., Даценко М.С., Даценко С.М., Розвиток ринку сільськогосподарської техніки. Економіка АПК. 2010, №10. С. 103-108.
4. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Антикризовий механізм сталого розвитку підприємства /ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л.-Х.: Віровець А.П. : Апостроф, 2012. 703 с.
5. Витвицька О. Реалізація мотивацій підприємницької діяльності (вітчизняний та зарубіжний досвід). Регіональна економіка. 2000. №1. С.127-132
6. Перерва П.Г., Шаульська Л.В., Кобелева Т.О. Формування та використання системи моніторингу підприємницьких ризиків як запорука сталого розвитку бізнес-структур. *Економіка і організація управління*. № 1 (49), 2023. С.45-56
7. Витвицька О.Д., Козупиця Є.С. Інноваційні зміни та стимулювання розвитку галузі бджільництва в Україні. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2016. № 4. С. 44-48.
8. Pererva P.G., Kocziszky G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU "KhPI". 689 p.
9. Витвицька О.Д. Роль комерціалізації інноваційної продукції у забезпеченні розвитку економіки. Агроінком. 2010. №10-12. С. 12-18.
10. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286988829.pdf>
11. Витвицька О.Д. Інноваційний розвиток підприємств аграрного сектору: монографія. Київ: Аграр Медіа Груп. 2012. 407 с.
12. Кобелева Т. О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354с.