

**Дюжев О. В.,**

аспірант

Науковий керівник: **Косенко А. В.,**

канд. екон. наук, доцент, професор кафедри економіки бізнесу та

міжнародних економічних відносин,

Національний технічний університет

"Харківський політехнічний інститут", м. Харків

## **КОМЕРЦІЙНА СПРИЙНЯТЛИВІСТЬ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Комерційна сприйнятливість агропромислового підприємства описує його здатність адаптуватися до змін на ринку, виявляти конкурентоспроможність і здійснювати ефективні торговельні операції. Актуальність дослідження комерційної сприйнятливості сільськогосподарського підприємства в сучасних умовах бізнес-середовища важко переоцінити. За останні роки споживачі стали більш вимогливими та освіченими, ринкова конкуренція зросла, а технологічні зміни швидко змінюють умови гри для бізнесу [1-5]. Отже, розуміння та ефективне управління комерційною сприйнятливістю сільськогосподарського підприємства стає необхідністю для підприємств будь-якої галузі. Надзвичайно важливо мати продукти або послуги, які споживачі сприймають як цікаві та варті своїх грошей [1,4]. Сільськогосподарські підприємства, які успішно збудують і збережуть комерційну сприйнятливість, можуть очікувати стабільного попиту на свої товари та послуги, забезпечити лояльність клієнтів і позиціонуватися як лідери на ринку. Крім того, зростає значення маркетингових зусиль у залученні та утриманні клієнтів сільськогосподарського підприємства, а також впровадження інноваційних стратегій для збільшення конкурентоспроможності [2, 5]. Отже, дослідження та вдосконалення комерційної сприйнятливості сільськогосподарського підприємства є актуальним завданням, яке дозволяє бізнесу адаптуватися до змін у ринкових умовах та забезпечує стабільний розвиток у конкурентному середовищі.

Комерційна сприйнятливість сільськогосподарського підприємства є надзвичайно важливою у сучасних умовах бізнес-середовища. Комерційна сприйнятливість сільськогосподарського підприємства визначається як здатність підприємства привертати увагу та зберігати інтерес споживачів до своїх товарів чи послуг. У глобалізованому світі, де конкуренція між сільськогосподарськими підприємствами надзвичайно висока, важливо мати ефективну стратегію просування продукції чи послуг на ринок. Комерційна сприйнятливість сільськогосподарського підприємства включає в себе такі аспекти, як створення сильного бренду, розробка ефективних маркетингових стратегій, підтримка високої якості продукції та послуг, а також побудова довгострокових відносин із клієнтами. Здатність сільськогосподарського підприємства залучати та утримувати клієнтів визначає його конкурентоспроможність і стійкість на ринку. Тому вивчення та підвищення комерційної сприйнятливості сільськогосподарського підприємства стає

важливим завданням для будь-якого бізнесу, який прагне досягти успіху та стабільного розвитку у бізнес-середовищі.

Комерційна сприйнятливість любого підприємства - це здатність підприємства привертати увагу та зацікавленість потенційних клієнтів до своїх товарів чи послуг, а також утримувати існуючих клієнтів та забезпечувати їхню лояльність. Це концепт, що відображає ступінь позитивного сприйняття підприємства та його пропозицій споживачами на ринку.

Комерційна сприйнятливість включає в себе різні аспекти, такі як бренд, маркетингові стратегії, якість продукту чи послуги, обслуговування клієнтів, цінова політика та інші фактори, які можуть впливати на відносини між підприємством та його клієнтами. Здатність підприємства створювати позитивне враження та забезпечувати задоволення клієнтів є важливим для збереження та розширення його клієнтської бази, підвищення обсягів продажів та досягнення успіху на ринку. По результатам проведеного дослідження виділимо найбільш важливі аспекти комерційної сприйнятливості агропромислового підприємства.

*Гнучкість у виробництві і маркетингу.* Підприємство повинне мати можливість швидко реагувати на зміни в попиті, цінах на ресурси та конкуренції шляхом зміни виробничих обсягів, асортименту продукції або маркетингових стратегій.

*Якість продукції і обслуговування.* Комерційно успішне підприємство повинно забезпечувати високу якість своєї продукції та послуг, щоб задовольняти потреби споживачів і зберігати їхню лояльність.

*Ефективне управління витратами.* Здатність ефективно контролювати витрати на виробництво, ресурси та логістику дозволяє підприємству зберігати конкурентоспроможність у ціні своєї продукції.

*Інновації та розвиток.* Комерційно успішні підприємства постійно вдосконалюють свої технології, виробничі процеси та продукційні методи, щоб відповідати зростаючим потребам ринку та впроваджувати нові можливості.

*Фінансова стійкість.* Здатність забезпечити стабільний фінансовий потік та зберігати адекватні рівні ліквідності є важливим аспектом комерційної сприйнятливості. Це означає здатність виробляти прибуток, оплати податків та забезпечення потреб в капіталі для розвитку.

Комерційна сприйнятливість агропромислових підприємств визначає їхню здатність до успішного функціонування на ринку та досягнення стратегічних цілей у галузі виробництва і торгівлі сільськогосподарською продукцією.

Отже, комерційна сприйнятливість сільськогосподарського підприємства визначає його конкурентоспроможність та стабільність на ринку, і зазвичай вона є ключовим чинником успіху в сучасних умовах бізнес-середовища.

У цій доповіді розглядається концепт комерційної сприйнятливості сільськогосподарського підприємства як важливого аспекту в його діяльності. Комерційна сприйнятливість сільськогосподарського підприємства означає здатність цього підприємства привертати та утримувати клієнтів, підвищувати обсяги продажів та забезпечувати стабільність у бізнесі. Доповідь аналізує основні аспекти комерційної сприйнятливості, включаючи маркетингові стратегії, які дозволяють підприємствам ефективно просувати свої товари та

послуги на ринку. Також розглядаються фактори, які впливають на сприйнятливість споживачів до бренду та продукції підприємства, такі як якість продукту, цінова політика, обслуговування клієнтів тощо. Крім того, матеріал доповіді надає поради та рекомендації щодо покращення комерційної сприйнятливості сільськогосподарського підприємства, включаючи розвиток сильного бренду, вдосконалення продукту та послуг, покращення якості обслуговування та залучення клієнтів через інноваційні маркетингові стратегії. Надані пропозиції є важливими для сільськогосподарських підприємств, які забезпечити стійкий розвиток у конкурентному бізнес-середовищі.

### Список використаних джерел

1. 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
2. Витвицька О.Д., Козупиця Є.С. Інноваційні зміни та стимулювання розвитку галузі бджільництва в Україні. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2016. № 4. С. 44-48.
3. Pererva P.G., Kocziszky G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU "KhPI". 689 p.
4. Витвицька О.Д. Роль комерціалізації інноваційної продукції у забезпеченні розвитку економіки. *Агроінком*. 2010. №10-12. С. 12-18.
5. 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>
6. Витвицька О.Д. Інноваційний розвиток підприємств аграрного сектору: монографія. Київ: Аграр Медіа Груп. 2012. 407 с.
7. Кобелева Т. О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
8. 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.
9. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
10. Витвицька О.Д., Даценко М.С., Даценко С.М., Розвиток ринку сільськогосподарської техніки. *Економіка АПК*. 2010, №10. С. 103-108.
11. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Антикризисний механізм сталого розвитку підприємства /ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Х.: Віровець А.П.: Апостроф, 2012. 703 с.
12. Витвицька О. Реалізація мотивацій підприємницької діяльності (вітчизняний та зарубіжний досвід). *Регіональна економіка*. 2000. №1. С.127-132