

конкурентноспроможності виробництва зерна необхідно здійснювати комплексні заходи на наступних рівнях: управлінський, виробничий, маркетинговий.

#### **Інформаційні джерела:**

1. Кіреєва Е.А. Організація та ефективність виробництва зерна// Е.А Кіреєва// Економічні проблеми розвитку аграрного виробництва в регіоні.-2010.

2. Кудирко А.В. Становлення та розвиток зернового ринку України// А.В. Кудирко// Економічні проблеми розвитку аграрного виробництва в регіоні.- 2009.

3. Мала І. Сучасний стан і перспективи виробництва зерна в Україні// І.Мала // Економічні проблеми розвитку аграрного виробництва в регіоні.- 2010.

## **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Ващиліна А. М., магістр**

**Миколаївський національний аграрний університет**

Конкурентоспроможність підприємства є узагальнюючим показником конкурентних переваг підприємства, його потенціальних можливостей та сукупність властивостей, що дозволяють оперативно реагувати та пристосовуватися до змін зовнішнього середовища [1, с. 83].

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства є обов'язковою умовою його довготривалого та результативного функціонування у динамічному та невизначеному зовнішньому середовищі.

Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства визначається як концентрований вираз сукупності його можливостей та резервів виробляти та реалізовувати на ринку якісну сільськогосподарську

продукцію (ресурсного потенціалу, спеціалізації та диверсифікації виробництва, інновацій, організації та управління).

Критерії формування і визначення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств повинні ґрунтуватися на обліку як приватних показників конкурентних переваг (якість, асортимент, культура обслуговування, доступність), так і результатів експертних оцінок [2, с. 132].

Конкурентоспроможність підприємства можна також охарактеризувати як його потенційну якість, яка включає:

1. Здатність підприємства отримувати реальну оцінку очікувань цільової групи споживачів, а також просліджувати тенденції споживчої поведінки. Іншими словами, підприємство має бути спроможне своєчасно, об'єктивно і точно оцінювати споживчий попит як в даний час, так і прогнозувати його динаміку на майбутнє. Така оцінка можлива лише на базі наукової моделі цільової споживчої групи, що враховує її економічні, соціально-культурні і психологічні чинники, розробленої методами сучасної соціології і маркетингу.

2. Здатність організувати виробництво, результати якого відповідатимуть очікуванням цільової групи споживачів як найбільш корисного товару по відношенню ціна – якість.

3. Здатність проводити ефективну поточну маркетингову політику.

4. Здатність знаходити і створювати умови для зниження витрат на забезпечення факторами виробництва капіталом, робочою силою, сировиною і матеріалами, енергією на одиницю продукції, що продається.

5. Здібність до створення і утримання технологічного виробництва над іншими членами галузевого співтовариства, що вимагає своєчасного оновлення технологій що використовуються. Це може відноситися до виробництва, збуту, управління.

6. Здатність планувати, організувати і проводити ефективну стратегію в сферах виробництва і маркетингу на основі інновацій.

7. Створення і розвиток високого кадрового потенціалу як на виконавчому, так і на управлінському рівнях [3, с. 274].

На формування конкуренції в сільському господарстві особливий вплив має матеріально-технічна база, кадрове забезпечення, раціональна спеціалізація і організація виробництва, якість продукції, товарність, низька собівартість, державна підтримка аграрного бізнесу. Процес формування конкурентоспроможності пов'язаний із ідентифікацією потенційних конкурентних переваг, що різняться за видами економічної діяльності.

Рівень конкурентоспроможності підприємства визначається наявними у нього конкурентними перевагами, що, пов'язані із перевагами продукції, яку воно виготовляє, а також перевагами, що виникають у результаті суміщення обраних галузей сільськогосподарського виробництва та переробки [4, с. 98].

Дослідники конкурентоспроможності класифікують фактори на зовнішні та внутрішні, керовані та некеровані, фактори макро-, мікро- та мезорівня, фактори конкурентоспроможності продукції та потенціалу підприємства тощо.

Фактором конкурентоспроможності підприємства є будь-яка змінна, що впливає на її зростання або зниження.

Наявність здорової конкуренції є постійним стимулом для сільськогосподарських підприємств і фермерів до підвищення якості та зниження собівартості виробленої продукції, впровадження інновацій у виробництво та випуску нових продуктів на ринок. Формування підприємствами конкурентних переваг призводить до зменшення собівартості і поліпшення якості продукції. Одним із способів формування нових конкурентних переваг, який сприятиме суттєвому зниженню ризикованості, скороченню собівартості та покращенню якості продукції, має стати диверсифікація діяльності сільськогосподарських підприємств.

### **Інформаційні джерела:**

1. Гуторова І.В. Використання рейтингових оцінок для аналізу конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / І.В. Гуторова // Вісник СНАУ. Серія "Економіка та менеджмент". – 2010. – № 6/1(41). – С. 80-85.
2. Жданко Є.С. Забезпечення конкурентоспроможності й розвитку підприємств в кризових умовах: проблеми та рішення: сб. науч. трудов ["Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечение иностранных инвестиций: региональный аспект"] / Є.С. Жданко. - Донецк: ДонНУ, 2008. – 1156 с.
3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: [навч. посіб.] / І.З. Должанський, Т.О Загорна. – К., 2006. –384с.
4. Іванюта В.Ф. Теоретико-методологічні підходи формування конкурентоспроможності / В.Ф. Іванюта // Агроінком – 2008 – № 1-2. – С. 97-101.

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ТА ЧИННИКИ, ЩО ЇЇ ВИЗНАЧАЮТЬ**

**Латинська І. І., здобувач вищої освіти**

**Миколаївський національний аграрний університет**

Найбільш цінним ресурсом підприємства є персонал. Це головне джерело продуктивності і запорука конкурентоспроможності підприємства. Досягнення успіху підприємством стратегічно обумовлюється наявністю компетентного персоналу, що має належний рівень освіти, кваліфікації та досвіду й здатного ефективно працювати в умовах ринку.

Конкурентоспроможність підприємства – одна із найважливіших категорій ринкової економіки. Вона характеризує можливість ефективної