

УДК 378. 1: 004.9

## **ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВИКОРИСТАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

*Борян Л.О., старший викладач*

*Миколаївський національний аграрний університет*

Аграрні підприємства України незважаючи на складну політико-економічну ситуацію успішно розвиваються і є основними експортерами та джерелом надходження іноземної валюти в країну. Для нарощення експорту необхідно переходити на стандарти ЄС, і одним із ключових пріоритетів реформування є підвищення конкурентоспроможності сільського господарства.

Успіх розвитку конкурентоспроможного аграрного виробництва може бути забезпечений підвищенням ефективності управління виробництва. Допомагають в цьому інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), вони розширюють доступ до інформаційних ресурсів і сприяють прозорості бізнесу і удосконалюють умови конкуренції.

На ринку конкурентоспроможність проявляється в сильних і стійких позиціях, при цьому підвищується рівень продуктивності праці, покращується якість продукції, знижуються витрати виробництва, збільшуються розміри накопичень, прискорюються темпи науково-технічного прогресу, організаційних і структурних змін в економіці. Єдиний європейський ринок підштовхує підприємства, які вступають в конкурентну боротьбу, до збільшення витрат на інформаційні технології і вдосконалення інформаційної інфраструктури.

Сучасна ринкова економіка характеризується переходом до нової економічної моделі, провідне місце в якій займають інформаційні технології, засновані на комунікаційних засобах та засобах обробки і збереження інформації.

В умовах інформаційного суспільства для управління агропромисловим виробництвом необхідні великі об'єми інформації, а підвищенню продуктивності і ефективності управлінської праці сприяють сучасні інформаційні технології. Для забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках необхідно впроваджувати інформаційні системи у виробництво. Щоб зменшити витрати

і збільшити прибутки аграрних підприємств необхідно знайти ефективне рішення виробничих завдань, а для цього необхідно зберегти і обробити велику кількість даних за допомогою інформаційних технологій. Мета впровадження нових інформаційних технологій – це збільшення таких економічних показників як прибуток, рівень рентабельності виробництва сільськогосподарського підприємства в умовах ринкової економіки.

Ефективність функціонування підприємства залежить від впровадження комп'ютерних технологій, які змінюють управління, прийняття рішень, організацію їх виконання. Необхідною умовою економічного розвитку є розвиток телекомунікаційних послуг. Мережа Інтернет надає користувачам необмежені інформаційні ресурси, такі послуги як електронну комерцію, дистанційне навчання, IP-телефонію. Щоб відповідати сучасним умовам підприємству необхідно використовувати обчислювальну техніку, інформаційні технології і системи електронної передачі інформації.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах, необхідно для реклами використовувати мережу Інтернет. Така реклама зробить інформацію про підприємство і продукцію доступною для багатьох користувачів мережі Інтернет, створить сприятливий імідж продукції, при цьому це один з найдешевших способів просування продукції, інформацію можна представити в різному вигляді: графіка, звук, анімація, відеозображення, також можна оперативно реагувати на ринкову ситуацію і оперативно вносити зміни в інформацію про себе або товарах, анонсувати нову продукцію. Через мережу Інтернет, не відкриваючи нових торговельних підприємств можна продавати свою продукцію, організувати інтерактивні магазини. На сьогодні актуальним є розробка Web-сайту і розміщення його в мережі Інтернет, для поширення інформації про товари і послуги. Відвідувачам сайту надається вся інформація про підприємство, послуги, фотографії продукції, контактні дані.

Для оперативного зв'язку з партнерами, колегами, клієнтами використовується електронна пошта. Це дуже економічний сервіс Інтернет, який можна використовувати для пересилання будь-якої інформації і для миттєвого обміну, який підвищує оперативність і ефективність роботи, також можна одержувати безкоштовно по підписці через e-mail безліч інформаційних повідомлень. Електронна пошта дає можливість співробітництва з провідними спеціалістами сільського господарства в будь-якій країні.

В Україні розроблені різноманітні аграрні сайти, які містять банки даних сільськогосподарських підприємств. Засоби банку даних дозволять представити своє підприємство і свою продукцію на власній веб-сторінці у мережі Інтернет, надають можливість проведення міні-тендерів для закупівлі ресурсів і послуг для власних потреб. Також сайти забезпечують сільськогосподарські підприємства актуальною інформацією про енергозберігаючі, екологічнобезпечні технології ведення виробництва, сучасний

стан і прогнози оцінки ефективності використання агроресурсів. Розвиток електронної комерції дозволяє практично повністю позбутися від збутової інфраструктури. Покупець сам може отримати всю необхідну інформацію на сайті підприємства і тут же провести оплату товару.

В 2007 році для національних товаровиробників запустили в Україні національний сегмент мережі інформаційно-маркетингових центрів (ІМЦ) країн СНД, державним підприємством „Розрахунково-кліринговий центр”, яке підпорядковане Міністерству аграрної політики та продовольства України. Система ContentNet в мережі ІМЦ надає користувачам можливість організувати ефективну підприємницьку діяльність на основі технологій електронного бізнесу. В системі ContentNet використовуються міжнародні стандарти в області електронного обміну документами (UN/EDIFACT) і електронного бізнесу (ebXML, UDDI та ін.), які дозволяють автоматизувати бізнес-процеси. Система ContentNet мережі інформаційно-маркетингових центрів в світовому інформаційному просторі самостійно організовує взаємодію в режимі он-лайн.

Одним з основних чинників, що впливають на підвищення рівня конкурентоспроможності за рахунок підвищення рівня гнучкості і ступеню використання маркетингового потенціалу є ефективність впровадження і використання за визначеними напрямками маркетингових інформаційних систем і технологій.

На основі використання ІКТ збільшуються масштаби ринку збуту завдяки використанню каналів електронної комерції, відкриваються нові напрями діяльності на ринку, підвищується ефективність системи виробництва та управління, збільшується виробництво та реалізація товарів і послуг в самому секторі ІКТ за рахунок стимулювання внутрішнього попиту і реалізації експортного потенціалу, в державі розвиваються конкурентоспроможні підприємства.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ляшко Д. Ю. Сучасні маркетингові інформаційні системи і технології як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс]. / Д. Ю. Ляшко – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/9\\_DN\\_2010/Economics/53561.doc.htm](http://www.rusnauka.com/9_DN_2010/Economics/53561.doc.htm)
2. Кропивко М. Ф. Про концептуальні засади удосконалення системи управління в аграрному секторі / М. Ф. Кропивко, О. П. Савицька ; ІАЕ УААН. // Інформаційні ресурси та їх використання в агропромисловому виробництві : Зб. наук. пр.– К., 2005. – № 4. – С. 57-59.
3. Смолінський В. Комп'ютерні технології як чинник підвищення інноваційного потенціалу аграрних підприємств / В. Смолінський, В. Хомка // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.7 – С. 355-360.
4. Покровская С. Ф. Информационные технологии в сельском хозяйстве: обзор. информ. / С. Ф. Покровская ; Центр информации и технико-экономических исследований АПК. – М., 2010. – 78 с.