

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції

16-17 квітня 2020 рік

Том I

Полтава

Редакційна колегія:

Аранчій В. І., ректор академії, кандидат економічних наук, професор.

Горб О. О., проректор з науково-педагогічної, наукової роботи, професор кафедри екології збалансованого природокористування та захисту довкілля, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Галич О. А., декан факультету економіки та менеджменту, директор Навчально-наукового інституту економіки та бізнесу, професор кафедри інформаційних систем та технологій, кандидат економічних наук, доцент.

Дорогань-Писаренко Л. О., декан факультету обліку та фінансів, професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень, кандидат економічних наук, доцент.

Дудніков І. А., декан інженерно-технологічного факультету, професор кафедри галузеве машинобудування, кандидат технічних наук, доцент.

Кулинич С. М., декан факультету ветеринарної медицини, професор кафедри хірургії та акушерства, доктор ветеринарних наук, професор.

Маренич М. М., декан факультету агротехнологій та екології, професор кафедри селекції, насінництва і генетики, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Опара М. М., фахівець відділу з питань інтелектуальної власності, професор кафедри землеробства і агрохімії ім. В. І.Сазанова, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Поліщук А. А., декан факультету технології виробництва та переробки продукції тваринництва, доктор сільськогосподарських наук, професор.

Чайка Т. О., начальник редакційно-видавничого відділу, кандидат економічних наук.

Відповідальність за зміст і редакцію матеріалів несуть автори та наукові керівники.

Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії, 16-17 квітня 2020 р. Том І. – Полтава: РВВ ПДАА, 2020. – с.

© Полтавська державна аграрна академія (ПДАА)



**СЕКЦІЯ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО
ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ,
УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Єрмак В.Є., Ноздрін І.І.,
здобувачі вищої освіти СВО Магістр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Писаренко В.В.,
доктор економічних наук, професор*

Конкурентоспроможність – багатогранна економічна категорія, яка може розглядатися на різних рівнях, оскільки в якості суб'єктів конкурентної боротьби можуть виступати різні за своєю природою об'єкти: товари, підприємства, галузі, окремі країни [1, с. 78]. Окремим елементам теорії і практики управління конкурентоспроможністю підприємств присвячені роботи відомих науковців: Азоев Г.А., Ансофф І., Балабанова Л.В., Баркан Д.Н., Белявцев М.І., Гриньова, Карпенко Н.В., Котлер Ф., Маврова В.В., Портер М., Сміт А., Фатхутдинов Р.А., Юданов А.Ю. та ін.

Трансформація аграрного сектору економіки України на протязі останнього часу спричинила суттєві зміни в організації аграрного бізнесу, посилила непередбачуваність економічних процесів та спричинила вихід конкуренції на істотно новий рівень. Таким чином, до початку процесів перетворень в аграрному секторі верхньою межею конкуренції на рівні сільськогосподарської продукції були стандарти і нормативи, дотримання яких гарантувало ефективний збут; а в сучасних умовах ці стандарти і нормативи є нижньою межею конкуренції (мінімальною умовою для виходу на конкурентний ринок). Сама ж конкуренція, як процес, для агропромислових підприємств, в сучасних ринкових умовах, проходить на рівні значно вищому, ніж норматив і стандарт – на рівні маркетингової концепції, іншими словами – на рівні менеджменту підприємства. Саме тому останнім часом значної актуальності набуває питання маркетингового управління формуванням та підвищенням конкурентоспроможності аграрних підприємств в контексті забезпечення конкурентних переваг в умовах постійних змін ринкового середовища.

Забезпечення високого рівня адаптації аграрного підприємства до динамічних змін ринкового середовища та здатності конкурувати як на вітчизняних так і зарубіжних ринках, залежить від ефективного використання сучасної концепції управління конкурентоспроможністю. Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства ґрунтується на використанні базових положень науки управління, відповідно до яких основними елементами системи управління є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія та принципи, процес та функції управління [3, с. 189]. Ефективне управління сільськогосподарським

підприємством в умовах ринку зводиться до керування його конкурентоспроможністю (до оцінювання й аналізу чинників, які підвищують або знижують конкурентоспроможність підприємства, вибору і реалізації відповідної стратегії і тактики для досягнення тієї або іншої мети).

Сьогодні більшість сільськогосподарських підприємств приділяють увагу переважно таким сферам своєї діяльності, як фінанси, інженерні розробки, виробництво, збут. Проте в сучасних умовах управління даними параметрами не дає стійких конкурентних переваг. Тому керівникам сільськогосподарських підприємств потрібно активно освоювати сучасні методи управління, характерні для ринкових відносин. Основною концепцією управління конкурентоспроможністю в умовах ринку стає саме маркетинг. І важливо не тільки вивчати концепції маркетингу, а й уміти практично їх застосовувати.

Система маркетингового забезпечення підвищення конкурентоспроможності аграрного підприємства має складатися із чотирьох основних напрямків – управління товарною політикою, управління ціновою політикою, управління політикою збуту та розподілу. Маркетинг дозволить налагодити ефективні зворотні зв'язки з ринком, побудувати довгострокові ділові відносини із постачальниками та споживачами, оптимізувати організацію бізнес-процесів на підприємстві. Тобто маркетинг забезпечить стійкі конкурентні переваги фірми.

Отже, у сучасних умовах господарювання українським аграрним підприємствам необхідно прискорити процес створення систем управління конкурентоспроможністю, що будуть адаптовані до ринкових відносин та посилити їхню стратегічну орієнтацію на проектування ефективних маркетингових програм.

Список використаних джерел

1. Маврова В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств в Україні. «Молодий вчений». 2016. № 7 (34). С. 78-80.
2. Баркан Д.Н. Маркетинг для всіх: бесіди для початківців. Л.: «Культ - інформ - прес», 1991. 256 с.
3. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Луганск: Восточноукраинский нац. ун-т, 2000. 315 с.