

Пропаганда – будь-яка безкоштовна особиста форма поширення інформації про фірму і її товар.

«Паблік рілейшнз» – діяльність людини або групи людей, спрямована на формування позитивного іміджу фірми у громадськості за допомогою засобів масової інформації.

В управлінській діяльності комунікативні навички та риторичні здібності відіграють важливу роль. Адже від того, наскільки менеджеру вдасться налагодити взаємодію з підлеглими та колегами, переконати у необхідності виконання прийнятих управлінських рішень, залежить ефективність діяльності організації загалом чи її окремих структурних одиниць.

Комунікації супроводжують усі процеси, що відбуваються в організації. Їх сутністю є взаємозв'язки між працівниками, підрозділами, організаціями тощо.

Кухарська Марія

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Сучасний стан ринку можна охарактеризувати такими поняттями, як змінне зовнішнє середовище, мінливий купівельний попит, підвищений рівень невизначеності та ризику, а також великою кількістю підприємств. Конкурентоспроможність підприємств – одна з найголовніших складових сучасної ринкової економіки [2].

Одною з найважливіших сфер національної економіки України завжди був і досі залишається агропромисловий сектор. Відтак розвиток саме його має бути пріоритетним не тільки для аграрних регіонів, а й для країни в цілому. Завдяки стрімким процесам глобалізації та євроінтеграції українські підприємства отримали доступ на світовий ринок. Однак, враховуючи вимоги до якості продукції та велику кількість конкурентів, необхідно приділити особливу увагу формуванню чинників конкурентоспроможності сільськогосподарських компаній України.

Задля підвищення рівня конкурентоспроможності українських компаній агропромислового сектору на зовнішньому ринку потрібно проаналізувати усі існуючі перешкоди, які заважають українським підприємствам агросектору експортувати свою продукцію на зовнішній ринок. Перш за все, йдеться про невідповідність продукції міжнародним стандартам. Часто вітчизняна продукція не має міжнародних сертифікатів якості, а також не відповідає санітарним вимогам. Варто зазначити, що в Україні та Європі застосовують різні методи оцінки технічних вимог.

Варто зазначити, що суттєвий вплив на розвиток агросектору має і недостатньо допрацьована нормативно-правова база, а також недостатнє державне фінансування в агросферу. Зростання ризиків та відсутність

інвестицій – також негативно впливають на подальший розвиток вітчизняного агросектору.

Щодо конкурентоспроможності українських агропромислових підприємств, то вона залежить від розташування, природничих та трудових ресурсів, управління підприємством, кваліфікації працівників, способу виробництва чи переробки продукції, іміджу та державної підтримки.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств на міжнародному ринку варто звернути увагу на наступні можливості [1; 3]:

- створення товарів з унікальними споживчими характеристиками, використовуючи вигідний природно-географічний потенціал;

- впровадження модерних ресурсозберігаючих технологій, використання яких дозволить заощадити на виробництві і як результат – зменшити собівартість продукції;

- використання ефекту масштабу для зниження витрат на створення та транспортування товарів;

- інвестиції в оновлення технічної бази підприємств;

- робота над підвищенням іміджу підприємства, зокрема проведення PR-заходів;

- використання консалтингу для підвищення кваліфікації персоналу, налагодження технічної бази;

- розширення систему збуту, основна увагу на довгострокові зовнішньоекономічні контракти;

- покращення та розширення державної підтримки, зокрема пільгове оподаткування та кредитування;

- створення конкурентоспроможної стратегії, вибір найбільш доцільної концепції управління.

Отже, першочергового увагу необхідно звернути на впровадження заходів, які сприятимуть підвищенню якості та зниженню собівартості продукції, адже ці інструменти є головними конкурентними перевагами на міжнародному ринку. Без уваги не варто залишати забезпечення сучасною технікою аграрних підприємств. Наразі більшість українських агробізнесів використовують застарілу техніку, як наслідок підприємства повинні покривати додаткові витрати за ремонт та простої. Відповідальніше варто віднести і до підвищення рівня іміджу, що також сприяє формуванню конкурентоспроможності.

Перелік використаних джерел:

1. Вініченко І. І. Ключові чинники впливу на конкурентоспроможність аграрних підприємств. *Економіка та держава*. 2017. № 4. С. 32-37.

2. Минко Л. М. Сутність і складові поняття конкурентоспроможності підприємства. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2015. Т. 21 № 1. С. 86-92. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnuhkt_2015_21_1_13.

3. Федорова Т. В. Конкурентоспроможність переробних підприємств агропродовольчого підкомплексу та чинники її підвищення в умовах трансформації економіки. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 9. С. 690-697. URL:http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/118.pdf.