

При уменьшении спроса на товар или услугу, большинство предприятий терпят убытки, у них возникают трудности из-за некачественной продукции, неэффективных методов сбыта.

В настоящее время конкурентоспособность украинских товаров и услуг находится на достаточно низком уровне. Одной из причин этого является неспособность отстаивать и развивать долю рынка, а также недостаточный уровень квалификации специалистов для продвижения товара, недостаток практического опыта оценки уровня конкурентоспособности товара, сложность и трудоемкость данного.

Управление конкурентоспособностью является одной из важных задач функционирования предприятия, оно необходимо для планирования и реализации стратегии развития предприятия, побуждает к реализации продукции или услуг, направляет на правильную целевую аудиторию. Обеспечение конкурентоспособности предприятия означает достижение стратегической цели деятельности в условиях современного рынка.

УДК 339.137

Даяна Заболоцкая
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Е.Ю. Быкова, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

Для обеспечения конкурентоспособности предприятие должно обладать определенным набором внутренних конкурентных преимуществ. Основными факторами являются: конкурентоспособность изделия, эффективность маркетинговой деятельности, рентабельность продаж, имидж предприятия, эффективность менеджмента.

Обеспечение конкурентоспособности – это важная проблема, решение которой связано с совершенствованием разработки, изготовления, продажи и технического обслуживания продукции, т.е. с осуществлением целенаправленной деятельности по установлению, формированию и поддержанию требуемого уровня конкурентоспособности на всех этапах жизненного цикла продукции. Как прави-

ло, усилия направляются на достижение следующих целей: повышение качества; снижение издержек производства; повышение экономичности и оперативности послепродажного оборудования; стимулирование маркетинговых усилий. Особую роль в повышении конкурентоспособности играет стратегический подход. В управлении конкурентоспособностью предприятия выделяют следующие виды стратегических подходов: виолентный, патентный, коммутантный и эксплерентный.

РУ ЭО СХП «ВОСХОД» специализируется на производстве молока и выращивании молодняка КРС, а также на выращивании зерновых, картофеля, технических культур, плодов и ягод, а также на кормопроизводстве. Предприятие расположено в пригороде г. Минска. На территории предприятия расположено 10 населенных пунктов, проживает более 7000 человек, имеется развитая социальная инфраструктура, работают магазины, предприятия общепита. Площадь землепользования хозяйства по экспликации земель на 01.01.2019 года составляет 3974 га, в том числе 3536 га сельскохозяйственных угодий. В структуре сельскохозяйственных угодий пашня составляет 2334 га. Почвы, занятые под пашней, по механическому составу включают: супесчаные и песчаные – 15,6%, торфяно-болотные – 1,5%, суглинки – 82,9%.

Таблица 1 – Основные производственно-финансовые результаты деятельности РУ ЭО СХП «ВОСХОД» за 2016–2018 гг.

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2018 г. к 2016 г., %
Выручка от реализации продукции, работ и услуг, тыс.руб.	8 294	10 611	12 542	151,2
Себестоимость реализованной продукции, работ и услуг, тыс.руб.	7 106	7 850	8 834	124,3
Прибыль от реализации продукции, работ и услуг, тыс.руб.	1 188	2 761	3 708	312,1
Рентабельность продукции, %	16,7	35,2	42	251,5
Фондоотдача, руб./руб.	0,3	0,3	0,3	100

За анализируемый период основные показатели результатов производственно-хозяйственной деятельности увеличились, что характеризует эффективное функционирование организации и устойчивое ее финансовое состояние.

Стратегия сбыта продукции обусловлена близостью предприятия к городу Минску и направлена на продвижение товаров именно на городской рынок. Хотя имеется значительное число конкурентов реализующих аналогичную продукцию, рынок остается достаточно свободным. Стратегия маркетинга РУ ЭО СХП «Восход» осуществляется по следующим направлениям:

- расширение ассортиментного перечня продукции;
- ориентация на удовлетворение потребительского спроса;
- поиск новых направлений на основании потребности в том или ином виде продукции на белорусском рынке;
- удержание лидирующих позиций на завоеванных сегментах рынка;
- формирование благоприятного имиджа в глазах потребителей.

Расширение ассортимента выпускаемой продукции является составной частью совершенствования производственной стратегии предприятия, которая направлена на увеличение эффективности основного производства.

В настоящее время на предприятии производится всего 9 наименований сыра. В 2018 году предприятие расширило ассортимент сыра, в производство была запущена новая линейка сыров, таких как – «Моцарелла». Сыр отличается рядом полезных свойств: улучшает работу сердца благодаря калию; укрепляет кости и ногтевые пластины благодаря кальцию; поддерживает водный баланс с помощью содержания натрия; сохраняет зрение и улучшает кожу благодаря витамину А; способствует регенерации костей и мышц с помощью фосфора; нормализует уровень холестерина, т.к. содержит холин. Данная продукция востребована и конкурентоспособна, о чем свидетельствует стабильный спрос и низкие запасы продукции на складах. Расширение ассортиментного перечня сыра способствует повышению конкурентоспособности предприятия, увеличению уровня прибыли и освоению новых рынков сбыта.

Так как на предприятии уже имелось налаженное производство сыров и необходимое для этого оборудование, то дополнительные затраты на производство нового вида сыра были не значительными. Главным отличием производства сыра «Моцарелла» будет замена бактериальной культуры, необходимой для его приготовления. Сыр

«Моцарелла» будет реализован в крупных гипермаркетах, пекарнях и ресторанах. Успешный сбыт продукции РУ ЭО СХП «Восход» возможен за счет придания ей широкого комплекса потребительских свойств, как качественных, так и экономических.

УДК 658.012.32

Наталья Иваськив

(Украина)

Научный руководитель А.Д. Чикуркова, д.э.н., профессор
Подольский государственный аграрно-технический университет

НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Инновация представляет собой нововведение в сфере технологии, техники, управления или организации труда, которое обеспечивает повышение уровня эффективности деятельности организации. Инновация может базироваться на изобретении либо использовании чего-то уже функционирующего новым образом, либо относительно нового объекта. Инновации представляют собой не только материально-вещественные нововведения в технологии и технике, но и нововведения в сфере управления, в методах и принципах организации.

Инновация является не только принципиально новым решением, но и известным решением, используемым в той области, где оно ранее не применялось. К примеру, если на том или ином предприятии стали применять для него новые приемы управления и организации, то это можно определять как инновацию.

В мировой экономической литературе «инновация» означает процесс превращения потенциального научно-технического процесса в реальный, воплощающийся в новых технологиях и продуктах. Механизмы данного превращения рассматриваются в отдельной отрасли социологического знания – инноватике, которая является наукой о целенаправленных изменениях, нововведениях в социальной организации.

Для осуществления руководства подобной организацией существует особое направление стратегического управления на высшем