

УДК 339.137.2

## **ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ**

**Евгений Викторович Калякин**

кандидат экономических наук, доцент

evgeniymich@yandex.ru

**Алина Евгеньевна Самсонова**

студент

zolutuxina.lina@inbox.ru

Мичуринский государственный университет

г. Мичуринск, Россия

**Аннотация.** В статье рассмотрено понятие конкурентоспособности и её составляющие. Обозначены составляющие конкурентоспособности. Выявлены факторы, влияющие на конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Определено, что конкурентоспособность продукции требует постоянного анализа и адаптации к рыночным условиям, что, влияет на общий экономический рост и социальное развитие общества.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, составляющие конкурентоспособности, факторы, влияющие на конкурентоспособность.

Конкурентоспособность – это качество, которое позволяет охарактеризовать изучаемый объект с точки способности его к удовлетворению каких-либо потребности целевой аудитории в сравнении с аналогичными качествами продукции других компаний.

Конкурентоспособность продукции неразрывно связана с успешностью предприятия на рынке. В условиях современных экономических реалий, где потребитель становится все более требовательным, наличие высококачественного товара становится ключевым фактором для достижения конкурентных преимуществ.

Составляющие конкурентоспособности продукции:

1. Качество продукции
2. Цена товара

Качество продукции включает не только соответствие стандартам, но и превосходство над аналогами, что позволяет завоевывать доверие клиентов и повышать лояльность к бренду. Достижение высокого качества часто требует внедрения современных технологий и постоянного мониторинга производственных процессов. Цена товара, в свою очередь, должна быть конкурентоспособной, что требует от предприятия гибкости в управлении затратами и умения адаптироваться к рыночным условиям. Важно отметить, что помимо цены и качества, на конкурентоспособность влияют имидж компании и стратегические маркетинговые инициативы. Внедрение инноваций и постоянное совершенствование продукции становятся необходимыми для поддержания актуальности на рынке.

Конкурентоспособность товара и, следовательно, предприятия формируется через сочетание качества, цены и маркетинговой стратегии, что определяет способность компании не только выживать, но и успешно развиваться в конкурентной среде. Ценовая политика предприятия играет ключевую роль в формировании его конкурентоспособности. На потребительский спрос значительно влияют как стоимость товаров, так и их качество. Высокое качество продукции зачастую связано с увеличением

себестоимости, что влечет за собой повышение цены. Однако в условиях жесткой конкуренции товары по более низким ценам, как правило, вызывают больший интерес у потребителей, отражая высокий уровень конкурентного преимущества [7].

Чтобы достичь максимальной конкурентоспособности, предприятие должно стремиться к созданию продукции с качеством, превосходящим аналогичные товары конкурентов, при этом предлагая ее по более доступной цене. Конкуренция на рынке требует от компаний гибкости и адаптивности, что обуславливает необходимость учета как внутренних факторов, касающихся производственных возможностей и управления, так и внешних факторов, включая экономические, социальные и политические изменения. Эффективная стратегия управления рисками позволит не только минимизировать угрозы, возникающие из внешней среды, но и использовать их как источник возможностей для развития и укрепления позиций на рынке [4,6].

Результаты анализа конкурентной среды на рынке сельскохозяйственной продукции и продовольствия отражают множество факторов, определяющих успешность национальных производителей. Внешние макроэкономические факторы включают методы государственного регулирования, поддержку отечественных товаропроизводителей и условия, созданные инфраструктурой рынка. Участие страны в ВТО и специфика таможенной политики также играют ключевую роль в формировании конкурентоспособной среды. В то же время, внутренние факторы, такие как имидж и репутация предприятия, эффективность использования ресурсов и система управления, становятся основными драйверами успеха на микроуровне [2].

Нормативно-правовые факторы, регулирующие качество и безопасность продукции, имеют первостепенное значение для агропромышленного комплекса. Они создают ограничения, которых производители должны строго придерживаться, чтобы обеспечить разрешение на продажу своей продукции. Введение продуманного организационно-экономического механизма, включающего комплексное воздействие как внешних, так и внутренних

факторов, станет основой повышения качества и конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции, что, в свою очередь, будет способствовать устойчивому развитию всей отрасли [1].

Система конкурентоспособности на рынке продовольствия складывается из взаимодействия экономических и организационных факторов, которые играют ключевую роль в достижении успеха. Ценообразование и налогообложение влияют на финансовые результаты предприятий, а кредитование и страхование обеспечивают необходимую финансовую поддержку. Параллельно с этим, уровень предпринимательской активности, организации труда и формы хозяйствования формируют внутреннюю структуру бизнеса, а кооперация и интеграция усиливают производственные возможности [8,9].

В условиях динамичной рыночной среды особенно актуальными становятся факторы, влияющие на платежеспособный спрос и развитие инфраструктуры. Инновационные решения и адекватная ценовая политика не только повышают конкурентоспособность продукции, но и помогают адаптироваться к изменениям внешних условий. Эффективное стратегическое планирование и грамотный менеджмент служат основой для быстрой реакции на вызовы рынка.

Таким образом, синергия всех этих факторов создает прочный фундамент для формирования конкурентных преимуществ, что становится важнейшим условием для успешного функционирования организаций в условиях жесткой конкурентной борьбы на рынке продовольствия [3].

В ходе исследования установлены основные факторы, воздействующие на уровень конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Разработанная схема влияния факторов на конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия наглядно показывает, что они действуют не изолированно, а комплексно и представляют собой целую систему ( рис.1 ).

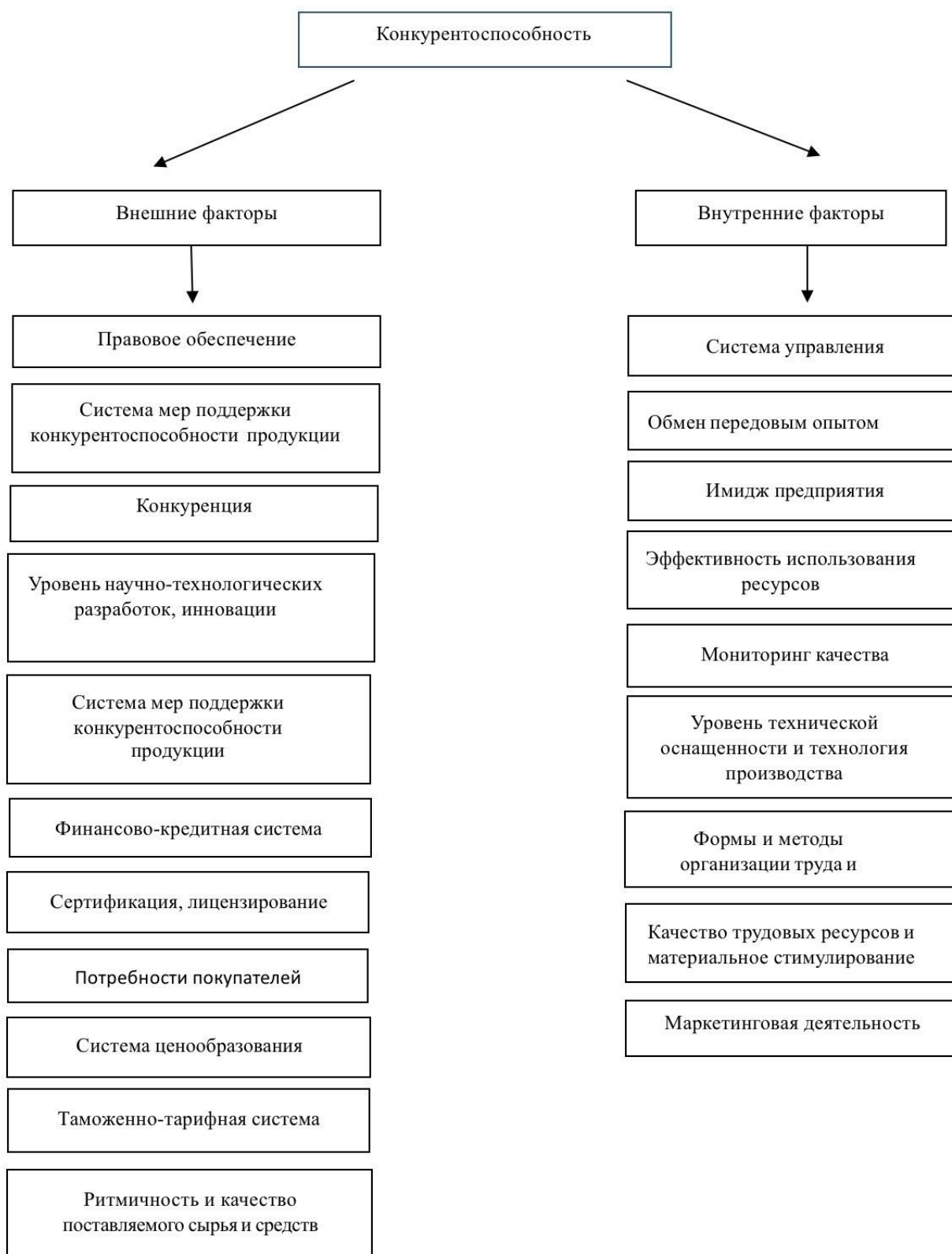


Рисунок 1 - Факторы, влияющие на конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия

Конкурентоспособность продукции становится центральным элементом экономической стратегии государства, определяя не только положение на внутреннем и внешнем рынках, но и общий уровень благосостояния нации.

Согласно вышеизложенному, важным аспектом является осознание того, что все элементы, формирующие конкурентные преимущества, находятся в сложной взаимосвязи. Интеграция различных показателей — от качества и стоимости до инновационного потенциала — позволяет сформировать целостное представление о конкурентоспособности.

Более того, анализ этих показателей способствует выявлению слабых и сильных сторон производства, что в будущем открывает новые возможности для оптимизации процессов и улучшения конечного продукта. Компании, которые умеют адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, способны не только увеличить свою прибыль, но и внести вклад в устойчивое развитие экономики страны [7].

Таким образом, конкурентоспособность продукции не является статичной; она требует постоянного анализа и адаптации к рыночным условиям, что, в свою очередь, влияет на общий экономический рост и социальное развитие общества.

### Список литературы:

1. Белоусов В.М. Формирование конкурентной среды в аграрном секторе экономики // Приоритетные направления регионального развития: сборник статей по материалам III Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Курган. 2022. С. 15-19.
2. Белоусов В.М., Кириченко К.Н. Организация маркетинговой деятельности в сельскохозяйственном предприятии // Наука и Образование. 2022. Т. 5. № 3.
3. Грекова Н.С., Стародубцева М.С. Маркетинговые исследования рынка сельскохозяйственной продукции // Траектории социально-экономического развития региона в условиях внешнеполитического санкционного давления: материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Под редакцией Н.В. Карамновой. Мичуринск. 2023. С. 108-111.

4. Грекова Н.С., Шамрина А.Д. Особенности организации коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий // Вызовы современности и стратегическое развитие аграрной экономики (VI Шаляпинские чтения): материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Мичуринск. 2023. С. 199-203.

5. Карамнова Н.В., Белоусов В.М. Приоритетные направления устойчивого развития свеклосахарного производства // Международный сельскохозяйственный журнал. 2010. № 4. С. 33-35. EDN MURJAX.

6. Карамнова Н.В., Деменкова М.А. Экономическая сущность конкурентоспособности производства сельскохозяйственной продукции // Актуальные проблемы и перспективы развития сельского хозяйства и сельских территорий (III Шаляпинские чтения): материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Мичуринск-наукоград РФ. 2020. С. 139-143.

7. Лёвина М.В., Бабкина Е.С., Епифанова О.С. Методы выявления стратегических альтернатив развития организации // Траектории социально-экономического развития региона в условиях внешнеполитического санкционного давления: материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Под редакцией Н.В. Карамновой. Мичуринск. 2023. С. 176-180

8. Леднева Т.В., Карамнова Н.В. Факторы и условия устойчивого развития сельскохозяйственного производства // Инновационные решения социальных, экономических и технологических проблем современного общества: сборник научных статей по итогам круглого стола со всероссийским и международным участием. Москва. 2021. С. 191-192.

9. Рекомендации по финансово-экономическому регулированию рынка сельскохозяйственной продукции / А. И. Алтухов, Д. Ф. Вермель, Л. П. Силаева [и др.]. Москва: Всероссийский НИИ экономики сельского хозяйства. 2005. 92 с. EDN RVJEZX.

UDC 339.137.2

## FACTORS OF COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL PRODUCTS

**Evgeniy V. Kalyakin**

candidate of economic sciences, associate professor

evgeniymich@yandex.ru

**Alina Ev. Samsonova**

student

zolutuxina.lina@inbox.ru

Michurinsk State University

Michurinsk, Russia

**Abstract.** The article discusses the concept of competitiveness and its components. The components of competitiveness are identified. Factors influencing the competitiveness of agricultural products, raw materials and food have been identified. It has been determined that the competitiveness of products requires constant analysis and adaptation to market conditions, which affects the overall economic growth and social development of society.

**Key words:** competitiveness, components of competitiveness, factors influencing competitiveness.

Статья поступила в редакцию 20.09.2024; одобрена после рецензирования 20.10.2024; принята к публикации 30.10.2024.

The article was submitted 20.09.2024; approved after reviewing 20.10.2024; accepted for publication 30.10.2024.