

## КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА

*РУДЕНКО І., СТУДЕНТКА\*,  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА*

Якісні зміни в світовій економіці, пов'язані з глобалізацією ринку, інтеграцією виробничих процесів, нерівномірністю економічного розвитку, прискоренням темпів науково-технічного і технологічного прогресу ведуть до зростання ролі конкурентоспроможності вітчизняної продукції сільського господарства і ефективності її виробництва в сучасних умовах господарювання.

Забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності країни безпосередньо пов'язане з розвитком сільського господарства і, в першу чергу, з такою пріоритетною і стратегічно важливою галуззю, як зернова. Тому, проблема підвищення конкурентоспроможності продукції зернового виробництва на всіх рівнях формування і реалізації конкурентних переваг підприємств-виробників зерна набуває все більшої актуальності.

Вивчивши різні точки зору на поняття конкурентоспроможності, ми прийшли до висновку, що з даного питання серед учених немає єдиної думки. Поняття конкурентоспроможності вони розглядають або з позиції виробника, або покупця, або в результаті порівняння окремих видів продукції [1-9].

Значна кількість авторів відзначають, що конкурентоспроможність - це вміння вижити, а вижити товаровиробник в умовах ринкової конкуренції може тільки при рентабельному веденні господарства, організації розширеного відтворення, вдосконаленні сформованого економічного механізму господарювання [6-8].

Ми вважаємо, що, поняття конкурентоспроможності повинно містити параметри, що її характеризують (наприклад, економічні, технічні або експлуатаційні параметри), а також той позитивний ефект, який вона забезпечує.

Тому під конкурентоспроможністю слід розуміти здатність продукції конкурувати з аналогами в умовах ринку за сукупністю якісних і вартісних характеристик, що визначають його порівняльні позиції і успіх на ринку збуту та забезпечують задоволення інтересів

---

\* Науковий керівник – Зайка С.О., к.е.н., доцент

виробника і конкретної потреби покупця.

Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції, зокрема, зерна, впливає на рентабельність товаровиробників, продовольчу безпеку країни. Одночасно з цим слід зауважити, що в кінцевому підсумку конкурентоспроможність зерна є основою конкурентоспроможності не тільки галузі рослинництва, а й галузей тваринництва, свинарства, птахівництва, а, отже, сільського господарства країни в цілому.

Особливе місце в підвищенні конкурентоспроможності займає забезпечення стабільного зростання якості і збереження при одночасному зниженні цін на нові сорти зернових культур. Всього цього можна досягти лише при наявності достатніх матеріальних і грошових коштів, що можливо в тому випадку, якщо підприємство буде виробляти якіснішу і недорогу продукцію, яка користується значним попитом у покупця, тобто дана продукція (наприклад, зерно) буде мати достатній рівень конкурентоспроможності в порівнянні з аналогами.

#### **Література.**

1. Грідін О.В. Державна підтримка зерновиробництва / О.В. Грідін // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ. – 2010. – Вип. 98. – С. 197-204.

2. Грідін О.В. Значення зернопродуктового підкомплексу в дотриманні продовольчої безпеки України / О.В. Грідін // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ. – 2015. – Вип. 161. – С. 136-144.

3. Грідін О.В. Стан та перспективи розвитку вітчизняного зерновиробництва в умовах вступу до СОТ / О.В. Грідін // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ. – 2007. – Вип. 50. – С. 81-86.

4. Дорофей Т.Ю. Формування конкурентоспроможності та якості ринку зерна в регіоні / Т.Ю. Дорофей // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2, Т. 1. – С. 183-186.

5. Зайка С.О. Конкурентоспроможність та передумови інноваційного розвитку сільськогосподарських товаровиробників / С.О. Зайка // Збірник тез доповідей Шостої Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених «Економічний і соціальний розвиток України в ХХІ столітті: національна ідентичність та тенденції глобалізації». – Тернопіль: Видавництво ТНЕУ «Економічна думка». Частина 1. – 2009. – С. 203-205.

6. Захаріна О.В. Виробництво та конкурентоспроможність зерна в умовах глобалізації / О. В. Захаріна // Інноваційна економіка. – 2014. – № 3. – С. 149-155.

7. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія] / За заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.

8. Ніценко В.С. Проблеми та напрямки підвищення конкурентоспроможності виробників зерна / В.С. Ніценко // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – Том 14. – Вип. 2 (30). – С. 22-33.

9. Соловей І.С. Конкурентоспроможність галузі зернового господарства та фактори її формування / І.С. Соловей // Молодий вчений. – 2017. – № 1 (41). – С. 697-700.

## **МІСЦЕ ВНУТРІШНІХ КОМУНІКАЦІЙ У ЗБАЛАНСОВАНІЙ СИСТЕМІ ПОКАЗНИКІВ\***

***САГЕР А.Ю., К.Е.Н., СТ. ВИКЛАДАЧ,  
СИГИДА А.О., К.Е.Н., СТ. ВИКЛАДАЧ,  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Сучасність показує, що успіх підприємства на ринку, визначається, крім таких показників, як якісна продукція, надійні контрагенти, імідж та ін., ще й наявністю конкурентоспроможної стратегії. Тому питання визначення стратегії та її інтерпретація є одними із ключових для підприємств, які прагнуть досягти стабільності поточного положення і забезпечити можливості подальшого розвитку.

Таким методом інтерпретації стратегії підприємства через набір взаємопов'язаних показників є збалансована система. Уперше опис системи збалансованих показників здійснили Роберт Каплан і Девід Нортон [1]. На даний час це питання розглядається, крім зарубіжних учених, також і вітчизняними, зокрема, Гриценко Л.Л., Височина А.В. [2], Мельник Ю.М., Савченко О.С. [3].

Саме на основі збалансованої системи можна трансформувати стратегію підприємства та подати її у вигляді завдань і показників, згрупованих за чотирма напрямками: фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси та персонал (рис. 1), тим самим забезпечуючи баланс між довго- та короткостроковими цілями підприємства, між кінцевим очікуваним результатом та проміжними результатами і факторами впливу.

---

\* Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом Ф75 Державного фонду фундаментальних досліджень (№ ДР 0118U0055180)