

кінцевий результат – продукт виробництва реконструкції, що будівельниками й створюється. Зараз, коли робиться "натиск" на економічні важелі керування, уроки зневаги координаційним керуванням стосовно первинних економічних осередків необхідно враховувати.

Щоб успішно розвивати КНТК МЕРек треба враховувати зміни в системі керування міським господарством і кардинальні зміни в економіці, що склалися. Особливо це стосується проблеми із прискоренням технічного відновлення сфери виробництва будівельних матеріалів.

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Г. І. РИБАК, канд. екон. наук, доц.,

доц. кафедри економічної теорії та міжнародної економіки

А. А. ГОРБИЦЬКИЙ, студент

*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна*

Проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств є нині одним із найактуальніших завдань фундаментальних та прикладних досліджень в економіці. Одним з найважливіших факторів, що визначають розвиток форм та методів конкурентної боротьби, є глобалізація. У процесі глобалізації надзвичайно загострилася конкуренція між підприємствами за ринки збуту своїх товарів, іноземні інвестиції, інновації та нові технології. Глобалізація є незворотним процесом, що істотно змінює умови господарювання підприємств. Результатом дії механізму конкуренції є селекція товаровиробників, заснована на їх конкурентоспроможності, володінні ключовими ресурсами, компетенціями. У зв'язку з цим виникає проблема забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств у нових умовах, що визначаються процесом глобалізації.

Умови та вимоги глобальних ринків із жорсткою конкуренцією, суттєвими коливаннями попиту та цін на різні види продукції, нестабільним ринковим оточенням диктують особливі вимоги до розвитку системи менеджменту, рівня конкурентоспроможності та стійкості до інноваційних стратегій розвитку, включаючи впровадження нових форм управління.

Існують два джерела конкурентоспроможності підприємства: операційна ефективність та стратегічне позиціонування.

Операційна ефективність вбирає комплексну оцінку виконання підприємством тих чи інших видів діяльності, які дозволяють Найбільш раціонально використовувати наявні в нього фактори виробництва.

Рівень операційної ефективності підприємства значною мірою залежить від чинників його базування. Відбиваючи гнучкість технологічної оснащеності підприємства, здатність виробляти широкий діапазон товарів, у тому числі і тих, які мають новизну, операційна ефективність, з одного боку, створює умови

для підвищення ринкової адаптивності господарюючого суб'єкта, з іншого – характеризує рентабельність виробничої діяльності підприємства [1].

Стратегічне позиціонування полягає у створенні унікальної та вигідної позиції, зумовленої поєднанням видів діяльності, відмінних від видів діяльності конкурентів. Стратегічне позиціонування складається із двох складових. Перша – це здатність пристосовуватись до зовнішнього середовища, вона відображає результативність процесу оновлення підприємства. Ця складова характеризує гнучкість та адаптивність господарюючого суб'єкта до умов зовнішнього середовища. Другою складовою стратегічного позиціонування є інноваційність, забезпечення впровадження нововведення у всі сфери діяльності підприємства. Інноваційність, таким чином, будучи запорукою успішності підприємства у конкурентній боротьбі, служить джерелом адаптивності.

Вищевказані складові формують необхідні та достатні умови ринкового стратегічного позиціонування підприємства та його конкурентоздатності на місцевому та національному ринках. А в умовах глобалізації необхідною є і державна підтримка особливо для українських підприємств.

Для стратегічного позиціонування компанія має визначити стратегічні підходи для конкурентної боротьби [2]. Можна виділити три основні стратегічні підходи до ведення конкурентної боротьби:

- прагнення мати найнижчі у галузі витрати виробництва (стратегія керівної ролі у галузі витрат виробництва);
- пошук шляхів диференціації продукції від продукції конкурентів (стратегія диференціації);
- фокус на вузькій частині, а не на всьому ринку (стратегія фокусу або ніші).

Створення конкурентних переваг українськими компаніями вимагає вивчення передового досвіду розвинених країн, переважно США. І це не випадково. З одного боку, американські виробники були першими, хто звернув увагу на необхідність запровадження цільових програм з контролю за витратами виробництва та просування товарів на внутрішній та міжнародний ринки. З іншого боку, очевидна висока ефективність використання таких програм американськими компаніями: згідно з дослідженнями Всесвітнього Економічного Форуму з індексу мікро-, економічної конкурентоспроможності держав, що відображає конкурентоспроможність національних компаній, США були одними з кращих. Такий результат пояснюється головним чином комплексною політикою, що проводиться американськими компаніями, спрямованої на створення інноваційних і глобальних конкурентних переваг, ядром якої є технологічна політика.

Підтримка інноваційних конкурентних переваг США здійснюється за допомогою:

- застосування фінансово-кредитних важелів стимулювання НДДКР;
- просування системи стандартів якості у світовій торгівлі;
- реалізації державними органами частини маркетингових функцій, які зазвичай виконуються підприємствами;
- захисту інтелектуальної власності та авторських прав;

– кооперації сил державних органів, бізнесу, університетів та військових лабораторій у процесі розробки та передачі технологій.

Створення та експлуатація глобальних конкурентних переваг американських фірм є відносно новою тенденцією розвитку; вона, як правило, не тільки не залежить від галузевої приналежності виробників, а й пов'язана взагалі із заміною фірмами виробничих операцій науковими, соціальними та управлінськими.

Глобальні конкурентні переваги відображають реалізацію насамперед екологічних та соціальних критеріїв господарської діяльності, що виникають як зовнішні обмеження (нормативне регулювання екологічних та соціальних стандартів державою) та як об'єктивна потреба самих фірм.

Реалізація глобальних конкурентних переваг у чистому вигляді здійснюється у розвинених країнах такими способами:

- зростанням витрат фірм на природоохоронні заходи;
- створенням екологічно чистих технологій у процесі пошуку шляхів зниження вартості виробництва (підвищення технологічних конкурентних переваг фірм);
- зростанням витрат фірм на підвищення кваліфікації, перепідготовку та підготовку кадрів;
- експортом наукомістких виробництв (у країни подібного рівня розвитку);
- експортом ліцензій та науково-технічним обміном (у країни подібного рівня розвитку);
- експортом інвестицій у НДДКР (у країни подібного рівня розвитку);
- імпортом робочої сили з імміграцією.

Для України, що відстає від світових лідерів, завдання підвищення конкурентоспроможності її продукції стає першочерговим, бо саме конкурентоспроможність продукції визначає позицію країни у світовій економіці. Підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг – процес тривалий, що вимагає як прийняття ефективних управлінських рішень з урахуванням попереднього та світового досвіду, так й створення моделей і механізмів з допомогою комплексу заходів науково-технічного, виробничого потенціалів підприємства, що відповідатиме світовим стандартам.

Крім цього, з метою підвищення конкурентоспроможності продукції українських товаровиробників в умовах глобалізації необхідно: створення ефективного механізму перерозподілу інвестиційних ресурсів у промисловому секторі на користь підприємств обробних галузей для технологічного переоснащення виробництва та випуску конкурентоспроможної продукції; здійснення заходів щодо захисту українського ринку від неорганізованого імпорту та недобросовісної конкуренції.

#### **Література:**

1. Ємельянов С. М. США: міжнародна конкурентоспроможність національної промисловості 90-ті роки ХХ ст. М: Міжнародні відносини, 2001.

2. Стадії конкурентоспроможності національної економіки за теорією М. Портера.  
URL: <http://studopedia.org/8-168667.html> (дата звернення: 22.01.2022).

## **ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ**

Г. І. РИБАК, канд. екон. наук, доц.,

доц. кафедри економічної теорії та міжнародної економіки

Ю. С. РОСОХА, студентка

*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова, м. Харків, Україна*

Починаючи з 2020 року світ зазнав значних втрат від пандемічного впливу і українська економіка не була виключенням. У 2020 році реальний ВВП скоротився на 4% у річному вимірі після зростання на 3,2% у 2019 році. Швидше подолати економічний спад – реально завдяки інвестиціям. Одним із механізмів залучення інвестицій є державно-приватне партнерство (ДПП), в тому числі у формі концесії на основі міжнародного партнерства. ДПП дозволяє залишити активи у власності держави і водночас скористатися перевагами доступу до приватного капіталу. Крім того у порівнянні з державними інвестиційними проектами така взаємодія дозволяє розподілити ризики реалізації проекту між державою та приватним інвестором. Тому ДПП є взаємно вигідним.

З метою розвитку зовнішньоекономічної діяльності, підвищення результативності проектів ДПП є достатньо значущим. Це забезпечує можливість ефективно вирішувати актуальні питання, пов'язані із розвитком економічних систем та розв'язувати вагомі економічні та соціальні проблеми тощо, звільняючи бюджет від необхідності фінансування певних об'єктів інфраструктури, адресуючи це завдання приватному суб'єкту та залучаючи іноземний капітал. ДПП може стати рушієм активності щодо створення нових економічних зв'язків з зовнішніми партнерами України.

Загалом основними пріоритетами забезпечення державно-приватного партнерства органами державної влади і органами місцевого самоврядування є: використання фінансових ресурсів приватних партнерів під час реалізації місцевих програм та проектів; скорочення бюджетних витрат на розвиток необхідних об'єктів та реконструкцію інфраструктури; впровадження прогресивних технологій. Важливою перевагою державно-приватного партнерства для приватного сектору є можливість інвестувати та приймати участь у соціально-економічних проектах розвитку регіону, міста, населеного пункту, отримуючи при цьому прибуток.

В умовах інституціональних змін у напрямі децентралізації влади, реформи місцевого самоврядування, які обумовлюють ефективну участь територіальних громад у здійсненні господарської діяльності та перерозподілі природних ресурсів (об'єктів, комплексів) державно-приватне партнерство є