

---

# МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

---

УДК 351.82:338.242

DOI [https://doi.org/ 10.32840/pdu.2019.4.24](https://doi.org/10.32840/pdu.2019.4.24)

**О. І. Апостол**

здобувач навчально-науково-виробничого центру  
Національного університету цивільного захисту України

## РОЛЬ І ФУНКЦІЇ ДЕРЖАВИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті досліджено роль і функції держави в забезпеченні конкурентоспроможної економіки. Зокрема, виявлено значення синергії у формуванні стратегічних переваг, які виникають унаслідок об'єднання підприємств і державних інститутів. Зазначено, що методологічні основи дослідження конкурентоспроможності продукції і бізнесу будуються на комплексному та системному підходах до її розгляду. Концептуальний підхід до дослідження полягає у спробі поєднати класичну, кейнсіанську та інституційну теорії для аналізу конкурентної економіки з використанням досягнень вітчизняної економічної думки. Показано, що поняття синергії здавна використовується в економічній теорії та управлінні. Це поняття пов'язане із синтезом наукових напрямів. Синергія здавна означає стратегічні переваги, які виникають унаслідок об'єднання підприємств порівняно з інтегрованими структурами. Підвищується їхня ефективність і конкурентоспроможність, що проявляється в зростанні продуктивності та зниженні витрат виробництва, оскільки ефект спільних дій вище простої суми індивідуальних зусиль. Охарактеризовано особливості просторової структуризації економіки через більш тісні зв'язки підприємств промисловості з покупцями, постачальниками, а також із державними інститутами. Зазначено, що в сучасній економіці здійснюється нова просторова структуризація внаслідок більш тісних зв'язків підприємств промисловості з покупцями, постачальниками, а також із державними інститутами. Вказано, що останні впливають на ефективність і конкурентоспроможність шляхом запровадження правил, вимог, системи обмежень і ринкового координування. З цим пов'язане подальше розкриття можливостей синергії. Ці зв'язки являють собою ефекти синергії, в результаті чого взаємодії формуються в нових економічних формах. Конкурентна боротьба в таких формах на перший погляд зменшується, оскільки відбувається планування діяльності в межах просторових структур. Обґрунтовано необхідність розроблення маркетингової моделі підвищення конкурентоспроможності продукції. Запропоновано, що ця модель включає шість послідовних етапів із викладом завдань, що вирішуються, та їхньої важливості для досягнення максимального ефекту. Підкреслено, що найбільш відповідальним етапом є розроблення обґрунтованої стратегії підвищення конкурентоспроможності продукції, яка являє собою комплекс заходів щодо забезпечення сталого виробництва продукції з конкурентними перевагами.

**Ключові слова:** роль і функції держави, забезпечення конкурентоспроможності, синергія, модель підвищення конкурентоспроможності, просторова структуризація економіки.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах ринкових відносин, конкурентного середовища та безпосередньої взаємодії українських і зарубіжних виробників підвищення

конкурентоспроможності продукції стає стратегічним ресурсом економіки України.

Перетворення планової економіки в економіку ринкового типу вимагає критичного переосмислення концепції державного управління якістю.

Аналіз літературних і виробничих даних із проблеми показав, що у вітчизняній промисловості відсутні комплексні дослідження, що допомагають оцінити конкурентоспроможність продукції та управляти нею. Більшість досліджень і практичних рекомендацій пов'язана з оцінкою впливу на якість і конкурентоспроможність продукції техніко-технологічних чинників. Не досить вивчено вплив промислової політики держави, а також інституційних, маркетингових факторів на конкурентоспроможність продукції. Не розроблялися і не використовувалися системи управління конкурентоспроможністю.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми економічного розвитку досліджувалися в багатьох наукових працях, зокрема, таких авторів, як: Т.П. Макаровська [1], С.Ф. Покропивний [2], І.О. Семернікова [3] та інші.

При цьому необхідно зазначити, що роль і функції держави в забезпеченні конкурентоспроможності економіки залишаються настільки не досить вивченими, що потребують подальших розгорнутих наукових напрацювань.

**Метою статті** є дослідження ролі і функцій держави в забезпеченні конкурентоспроможної економіки.

Поставлена мета вимагає вирішення таких завдань:

- виявити значення синергії у формуванні стратегічних переваг, які виникають унаслідок об'єднання підприємств і державних інститутів;
- охарактеризувати особливості просторової структуризації економіки через більш тісні зв'язки підприємств промисловості з покупцями, постачальниками, а також із державними інститутами;
- обґрунтувати необхідність розроблення маркетингової моделі підвищення конкурентоспроможності продукції.

**Виклад основного матеріалу.** Особливості періоду системних перетворень обмежують пряме запозичення західного досвіду у створенні методології управління конкурентоспроможністю продукції та припускають його переосмислення щодо української дійсності. Використання для формування конкурентних переваг як вітчизняної продукції суто ринкових

методів управління, як свідчить український досвід, не приводить до очікуваних результатів.

Методологічні основи дослідження конкурентоспроможності продукції і бізнесу будуються на комплексному та системному підходах до її розгляду. Концептуальний підхід до дослідження полягає у спробі поєднати класичну, кейнсіанську та інституційну теорії для аналізу конкурентної економіки з використанням досягнень вітчизняної економічної думки, а в межах організаційно-управлінських аспектів полягає в спробі пошуку нових методологічних принципів, що відображають сучасну економіку.

Наприклад, методологічною основою дослідження виступає виділення як фундаментального координаційного аспекту міжфірмових зв'язків. Використання економічної теорії досконалої конкуренції як норми, на основі якої оцінюється ефективність економіки, є помилковим [2; 4].

Ефекти від об'єднання дій господарюючих суб'єктів і державних інститутів (синергія) в економічних структурах використовуються в конкурентній боротьбі. Через ефект синергії організаційні та управлінські фактори набувають провідного значення в підвищенні конкурентоспроможності підприємств і продукції, що випускається ними. Саме так синергія зводиться до стратегічних переваг, які виникають унаслідок об'єднання підприємств і державних інститутів.

Здатність генерувати синергію на базі знань та інформації виступає результатом конкурентної боротьби, що приводить до виникнення інноваційного середовища, коли економічний ефект виходить не із кумулятивного ефекту елементів, що впливають на конкурентоспроможність, а їх взаємодії.

Поняття синергії здавна використовується в економічній теорії та управлінні. Це поняття пов'язане із синтезом наукових напрямів. Синергія здавна означає стратегічні переваги, які виникають унаслідок об'єднання підприємств порівняно з інтегрованими структурами. Підвищується їхня ефективність і конкурентоспроможність, що проявляється в зростанні продуктивності та зниженні

витрат виробництва, оскільки ефект спільних дій вищий від простої суми індивідуальних зусиль [1; 3].

У сучасній економіці здійснюється нова просторова структуризація внаслідок більш тісних зв'язків підприємств промисловості з покупцями, постачальниками, а також із державними інститутами. Останні впливають на ефективність і конкурентоспроможність шляхом запровадження правил, вимог, системи обмежень і ринкового координування. З цим пов'язане подальше розкриття можливостей синергії. Ці зв'язки являють собою ефекти синергії, в результаті чого взаємодії формуються в нових економічних формах. Конкурентна боротьба в таких формах на перший погляд зменшується, оскільки відбувається планування діяльності в межах просторових структур. Але оскільки інновації також з'являються в різних структурах, то конкуренція посилюватиметься, незважаючи на процеси монополізації та обмеження.

Визначальна роль у розвитку конкурентоспроможного виробництва належить державі. На неї покладено ті основні функції, які не може виконати ринок. Виявлені під час ретроспективного аналізу недоліки державного управління економікою визначили необхідність створення єдиного організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю продукції, який пропонується розглядати як систему методів, спрямованих на найбільш повне задоволення попиту споживачів і стимулювання розвитку конкурентоспроможного бізнесу. Це не означає, що на державу покладається управління всім процесом створення конкурентних переваг. Їй належить координуюча роль, яка в сукупності з ринковими механізмами підприємств через сполучну ланку – галузь – формує конкурентне середовище [2; 3].

У сучасних умовах класичне визначення системи виробництва як безлічі елементів, що перебувають у відносинах і зв'язках одне з одним і утворюють цілісність, єдність, містить суб'єкти ринку і державні інститути, які регулюють правила, вимоги, нормативи до результатів виробничої діяльності, а також правові, соціальні, політичні зв'язки. Основною

властивістю такої системи є її емерджентність. Система призначена для вирішення складного економічного завдання – підвищення якості життя всього суспільства.

Реалізація принципів системного підходу вимагає врахування всіх властивостей системи і факторів, що впливають на її поведінку. Цим визначається ефективність управління в системі сучасних виробництв.

З іншого боку, економічні інтеграційні системи з управлінням на макро- і мікрорівнях об'єктивно зумовлені поглибленням поділу праці, глобалізацією науково-технічного прогресу, інтеграцією капіталів. Розвиток форм економічної інтеграції має свою історію [1; 2].

Відповідно, доцільно по кожному рівню управління визначити коло проблемних питань, що забезпечують цілісність системи. З методичних позицій особливо обґрунтовується необхідність розроблення маркетингової моделі підвищення конкурентоспроможності продукції. Ця модель включає шість послідовних етапів із викладом завдань, що вирішуються, та їхньої важливості для досягнення максимального ефекту. Найбільш відповідальним етапом є розроблення обґрунтованої стратегії підвищення конкурентоспроможності продукції, яка являє собою комплекс заходів щодо забезпечення сталого виробництва продукції з конкурентними перевагами з тенденцією їх збереження і посилення в довгостроковій перспективі.

**Висновки.** Результати проведеного дослідження відображено нижче.

1. Виявлено значення синергії у формуванні стратегічних переваг, які виникають унаслідок об'єднання підприємств і державних інститутів. Показано, що поняття синергії здавна використовується в економічній теорії та управлінні. Це поняття пов'язане із синтезом наукових напрямів. Синергія здавна означає стратегічні переваги, які виникають унаслідок об'єднання підприємств порівняно з інтегрованими структурами. Підвищується їхня ефективність і конкурентоспроможність, що проявляється в зростанні продуктивності та зниженні витрат виробництва, оскільки ефект спільних дій вище простої суми індивідуальних зусиль.

2. Охарактеризовано особливості просторової структуризації економіки через більш тісні зв'язки підприємств промисловості з покупцями, постачальниками, а також із державними інститутами. Зазначено, що в сучасній економіці здійснюється нова просторова структуризація внаслідок більш тісних зв'язків підприємств промисловості з покупцями, постачальниками, а також із державними інститутами. Вказано, що останні впливають на ефективність і конкурентоспроможність шляхом запровадження правил, вимог, системи обмежень і ринкового координування. З цим пов'язане подальше розкриття можливостей синергії. Ці зв'язки являють собою ефекти синергії, в результаті чого взаємодії формуються в нових економічних формах. Конкурентна боротьба в таких формах на перший погляд зменшується, оскільки відбувається планування діяльності в межах просторових структур.

3. Обґрунтовано необхідність розроблення маркетингової моделі підвищення

конкурентоспроможності продукції. Запропоновано, що ця модель включає шість послідовних етапів із викладом завдань, що вирішуються, та їхньої важливості для досягнення максимального ефекту. Підкреслено, що найбільш відповідальним етапом є розроблення обґрунтованої стратегії підвищення конкурентоспроможності продукції, яка являє собою комплекс заходів щодо забезпечення сталого виробництва продукції з конкурентними перевагами.

#### Список використаної літератури:

1. Макаровська Т.П. Практикум з економіки підприємства. Київ, 2007. 184 с.
2. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства : підручник. Київ. 528 с.
3. Семернікова І.О. Економіка підприємства : навч. посібник (Курс лекцій). Херсон, 2003. 292 с.
4. Феоктістова Т.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств та її прогнозування. *Шкіряно-взуттєва промисловість*. 2002. № 15. С. 16–17.

#### **Apostol O. The role and functions of the State in competitive economy ensuring**

*The article explores the role and functions of the State in competitive economy ensuring. In particular, the importance of synergy in the formation of strategic advantages that arise from the integration of enterprises and state institutions is identified. It is noted that the methodological basis of the study of competitiveness of products and business is based on an integrated and systematic approach to its consideration. The conceptual approach to the given study is to try to combine classical, Keynesian, and institutional theories of competitive economics analyzing using the achievements of domestic economic thought. It is shown that the notion of synergy has long been used in economic theory and management. This concept is related to the synthesis of scientific directions. Synergy has long meant the strategic benefits that arise from the consolidation of enterprises over integrated structures. Their efficiency and competitiveness are improved, that is manifested in the growth of productivity and reduction of production costs, as the effect of joint actions is higher than the simple sum of individual efforts. The features of spatial structuring of the economy through closer ties of industrial enterprises with buyers, suppliers, as well as with state institutions are described. It is noted that there is a new spatial structuring in the modern economy due to closer ties of industrial enterprises with buyers, suppliers, as well as with the State institutions. It is noted that they affect efficiency and competitiveness through the introduction of rules, requirements and a system of restrictions and market coordination. The further disclosure of synergies opportunities is related to this. These linkages are synergies effects, resulting in interactions in new economic forms. Competition in such forms reduces, as activities within spatial structures are planned. The need of developing of a marketing model of increasing of the competitiveness of products is justified. It is shown that this model includes six successive steps outlining the tasks to be solved and their importance for achieving maximum effect. It is noted that the most important step is the development of a strategy of improving of the competitiveness of products, which is a set of measures of ensuring of sustainable production of products with competitive advantages.*

**Key words:** role and functions of the State, competitiveness ensuring, synergy, model of competitiveness increasing, spatial structure of economy.