

# ШЛЯХИ ДОСЯГНЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПЕРЕВАГ УКРАЇНСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ СВІТОВИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Івахненко А.В.

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»,  
м. Харків*

У доповіді розглядаються можливі шляхи досягнення технологічних переваг українськими підприємствами в умовах світової інтеграції. Особливості функціонування українських підприємств в умовах міжнародних інтеграційних процесів відобразилися в працях таких вітчизняних вчених, як Жданова Є.С., В.Б. Бичин, Т.Ю. Базаров, Н.А. Волгін. Аналіз впливу участі України в інтеграційних процесах на функціонування та конкурентні переваги українських підприємств – суб'єктів ЗЕД не повністю враховував всі негативні та позитивні сторони.

В даній доповіді планується розширити існуючі шляхи використання переваг вступу України до СОТ та інтегрування в світові економічні процеси. Доробком буде функціонування українських підприємств машинобудівної промисловості – суб'єктів ЗЕД.

Для машинобудівної галузі України участь в міжнародних товарообмінних процесах в цілому є позитивним фактом. Галузь є однією з найбільш технологічно розвинених частин вітчизняної промисловості. Основні компанії вже зробили значні інвестиції в переоснащення обладнання, придбання сучасних технологій виробництва.

Задля досягнення українськими підприємствами технологічних переваг в умовах інтеграції потрібна розробка та реалізація інвестиційно – інноваційних проектів заміни обладнання та нових ресурсозберігаючих технологій виробництва продукції. Є три шляхи фінансування цих проектів: залучення іноземних інвестицій, програми державного бюджетного фінансування та зекономлені кошти за рахунок більш дешевої іноземної сировини

Для зацікавлення іноземних інвесторів компанія повинна займати стабільну та конкретну позицію на зовнішньому ринку. Для досягнення цього є декілька шляхів:

- 1) концентрація на найбільш перспективних сегментах ринку;
- 2) «спеціалізація». Наприклад, виробництво шоколадних продуктів. У цьому разі у компанії з'являється можливість придбання сучасних технологічних ліній та модернізацію існуючих;
- 3) ребрендинг. Для того, щоб уточнити у сприйнятті споживача унікальне позиціонування та унікальні якості продукції певної марки.

Результати дослідження можуть бути практично використані на машинобудівних підприємствах, або ж використовуватися як теоретична основа для подальших досліджень даної теми.