

**М. С. ЧП**

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Досліджується поняття конкурентоспроможності товару та критерії оцінки конкурентоспроможності товару на зовнішніх ринках. Пропонуються шляхи підвищення конкурентоспроможності українського товару та проведений аналіз місця України у глобальному індексі конкурентоспроможності.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентоспроможність українського товару, індекси глобальної конкурентоспроможності.

**Актуальність питання.** Останніми роками проблема конкурентоспроможності продукції в Україні стала однією з найбільш важливих. Від випуску конкурентоздатної продукції залежить ефективний та стабільний розвиток економіки. Цей показник характеризує не лише окремі підприємства, а й економіку країни загалом. Але на даний момент конкурентоспроможність української продукції залишається на дуже низькому рівні, не зважаючи на величезний експортний потенціал багатьох галузей української економіки. Тому тема дослідження, присвячена питанню підвищення конкурентоспроможності української продукції на зовнішньому ринку, є досить актуальною.

**Аналіз останніх публікацій.** Дослідженню питань, пов'язаних з конкурентоспроможністю продукції промислових підприємств, приділяється значна увага у науковій та навчально-методичній літературі. Зокрема, дане питання висвітлюється в працях таких науковців, як: І. В. Багрова [1], І. О. Борисюк [2], О. В. Кривешко [3], П. Г. Перерва [4] та інші.

**Виклад основного матеріалу.** У науковій літературі [5, 6] поняття «конкурентоспроможність продукції» розглядається як набір вартісних та якісних характеристик, що надають можливість створювати для певного товару комплекс переваг у задоволенні споживчих потреб, що і відрізняє його від товарів конкурентів і тим самим створює можливість успішної реалізації товару на ринку. Іншими словами, конкурентоспроможність продукції, характеризується розміром задоволення потреби у порівнянні з товарами-аналогами підприємств, які мають схожі цілі та представлені на тому ж ринку.

За визначенням В. Фоміна, конкурентоспроможність – складне багатоаспектне поняття, яке визначає здатність товару зайняти та вдержати позицію на конкурентному ринку в певний період за конкуренції з іншими аналогічними товарами.[7] Конкурентоспроможність є вагомим критерієм доцільності виходу підприємств на міжнародний ринок.

Україна є молодою державою, тому вітчизняні виробники майже не мають досвіду, щоб бути в змозі конкурувати з міжнародними компаніями, які досягли успіху в умовах жорстокої конкуренції, високої насиченості товарних ринків та перевищення на них пропозиції над попитом.

Українська продукція не відповідає основним критеріям міжнародних стандартів, тому тільки 1% українських товарів та послуг визнані конкурентоздатними на світовому ринку.[7]

Можна виділити основні критерії оцінки конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку:

- наявність споживача даного виду продукції;
- кількість конкурентів, які випускають аналогічну продукцію;
- обсяги виробництва й реалізації продукції підприємств-конкурентів у цілому й у сфері діяльності українського підприємства;
- важливість для конкурентів «панування» на тому сегменті ринку, який опанований чи планується до «завоювання» вітчизняним підприємством;
- основні напрямки конкурентної боротьби на зовнішньому ринку;
- оцінка стратегічної діяльності конкурентів;
- політика горизонтальної інтеграції (з метою виявлення можливостей проведення контролю та управління станом сектору певної галузі);
- розмаїття методів конкуренції (ціни, якість, технологічний рівень, дизайн продукції, сервісні послуги, імідж підприємства, товарний знак тощо);
- стабільність попиту на продукцію, яку має підприємство на кожному сегменті ринку.[8]

Якщо розглядати сучасну діяльність українських підприємств на міжнародному ринку, то можна стверджувати про велику обмеженість експортної номенклатури українських товарів: українська продукція більшою мірою представлена на ринках із переважно ціновою конкуренцією, тобто ринках сировинної продукції і стандартизованих масових готових виробів.

В Україні на сьогоднішній день дуже повільно відбувається переорієнтація з торгівлі сировиною і напівфабрикатами на торгівлю товарами з високою доданою вартістю, іншими словами – високотехнологічними виробами. Тоді як сучасні тенденції світового ринку свідчать про перехід від цінової конкуренції до нецінової, тобто конкуренції технічного та якісного рівня продукції. У конкурентній боротьбі за ринки збуту перемагає не той, хто пропонує нижчі ціни, а той, хто пропонує вищу якість, оскільки продукція з кращою якістю значно ефективніша у використанні.[9]

Недостатня дослідженість сутності і значення

якості продукції продовжує бути однією з основних причин низької ефективності виробництва української продукції та її низької конкурентоспроможності на зовнішньому ринку. Окрім цього, в умовах майже повної залежності України від зовнішніх енергетичних ресурсів, та найвищої в Європі енергоємності найбільш експортованих товарів, неможливо говорити про конкурентоспроможність української продукції.

Чинники від яких залежить конкурентоспроможність фірм на зовнішніх ринках: економічні, інституційні, політичні, культурні, людські і освітні. Ці фактори можна поділити на внутрішні й зовнішні. Згідно теорії конкуренції М. Портера, успіх у міжнародній конкуренції визначають не стільки власне фактори виробництва, скільки те, де й наскільки продуктивно вони застосовуються. Тому серед внутрішніх факторів найважливішу роль відіграє рівень якості управління компанією, тобто рівень підготовки менеджерів, уміння правильно вести ділові операції в умовах постійних змін на ринку. До внутрішніх факторів також відносять: рівень продуктивності праці, технологічний фактор, тобто технічний рівень продукції й параметри технології виробництва.

В Індексі глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index 2013-2014, GCI) Україна за рік опустилася на 11 позицій, посівши 84 місце зі 148 країн. Серед негативних факторів впливу на позицію України у рейтингу можна назвати: доступ до фінансування(16,7%), корупція(15,5%) та податкове адміністрування(11%).[8]

Для підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку необхідно виявляти й освоювати краще у світовій теорії і практиці, що дозволить розширити можливості зменшення витрат часу й ресурсів.

По суті, основними шляхами підвищення конкурентоздатності української продукції на міжнародному ринку є:

1) Покращення рівню стандартизації, як головного інструменту фіксації та забезпечення заданого рівня якості на підприємствах. В рамках цього – впровадження сучасного комплексу систем управління якістю (організація механізму покращення якості продукції тощо). Висока якість вітчизняної продукції сприятиме створенню високого іміджу України на міжнародних ринках, покращення взаємозв'язків з іншими країнами.

2) Створення умов для поліпшення розвитку інноваційної діяльності, запровадження у виробництво новітніх технологій, сучасних виробів нової техніки, запобігання витоку талановитих розробників. Україна на даному етапі є постачальником технологій, інтелекту на світовий ринок. Але замість того, щоб отримувати від цього прибуток, вона, навпаки, має збитки.

3) Своєчасна реакція на зміни кон'юнктури ринку: українські підприємства повинні оперативіно формувати раціональні та ефективні варіанти

відповідей на ці зміни, а для цього необхідно досконале вивчення потреб ринку.

4) Впровадження сучасного інструментарію захисту внутрішнього ринку та відстоювання інтересів національних виробників.

Отже, для досягнення високого рівня конкурентоспроможності продукції товаровиробникам необхідно проводити широку аналітичну роботу з дослідження ринкового середовища та потреби споживачів, а також визначати наявні проблеми в сфері діяльності самих підприємств з метою визначення шляхів їх подальшого подолання.

**Висновки.** У результаті даного дослідження було виявлено декілька основоположних моментів щодо визначення конкурентоспроможності українських товарів. Отже, існуючі позиції України на зовнішньому ринку свідчать про дуже низьку конкурентоздатність українських підприємств у світі, що обумовлено рядом проблем, насамперед – сировинною структурою українського експорту. За допомогою індексів конкурентоспроможності було розглянуто місце України в світовому господарстві. На даний момент можна сказати, що в нашій державі існує немало проблем, які перешкоджають інтенсивному розвитку економіки.

Для підвищення конкурентоздатності української продукції, необхідно брати приклад з розвинутих країн, де конкурентоспроможність постійно перебуває в центрі уваги державних діячів та ділових кіл. Незбалансована економічна політика держави, неефективна податкова система та відсутність будь-яких програм заохочення зводять бажання підприємців розвивати виробництво нанівець. В наслідок цього економіка України страждає від застою, бо розвиток економіки може відбуватися тільки завдяки великим виробництвам і державним підприємствам.

Можна сказати, що українські підприємства мають великий потенціал для виходу на міжнародний ринок. Але тільки за умов комплексних дій держави можна вивести вітчизняну продукцію на конкурентоспроможний рівень.

**Список літератури:** 1. *Багрова І.В.* Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для студ. вищих навч. закладів. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с. 2. *Борисюк О.І., Єрьоменко А.В.* Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства // jml.nau.edu.ua. 3. *Кривешико О.В., Сідун П.В.* Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – №720. – Львів, 2011. – С. 180–188. 4. *Перерва П.Г., Романчик Т.В.* Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – №4. – С. 230–235. 5. *Колотілін В.М.* Економічна діагностика: Навч.-метод. посібник. – Кривий Ріг: КЕІ, КНЕУ, 2010. – 137 с. 6. *Кривешико О.В., Сідун П.В.* Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – №720. – Львів, 2011. – С. 180–188. 7. *Алтухова І. Н.* Конкурентоспроможність підприємств на зовнішньому ринку / І. Н. Алтухова // Вісник Донецького університету. – 2008. – Вип. 1. – С. 106–111. 8. Рейтинг глобальної конкурентоспроможності

[Електронний ресурс] // Інформаційне агентство Interfax-Україна. – Режим доступу: <http://ua.interfax.com.ua/news/general/166276.html>

**Bibliography (transliterated):** 1. *Bahrova I.V.* Zovnishn'oeconomichna diyal'nist' pidpryyemstv: Pidruchnyk dlya stud. vyshchych navch. zakladiv. – K.: Tsentri navchal'noyi literatury, 2004. – 580 p. 2. *Borysyuk O.I., Yer'omenko A.V.* Osnovni napryamy pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva // jrn1.nau.edu.ua. 3. *Kryveshko O.V., Sidun P.V.* Chynnyky formuvannya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv ta klasteriv // Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku: Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politehnika». – #720. – L'viv, 2011. – P. 180–188. 4. *Pererva P.H., Romanchuk T.V.* Mekhanizm upravlinnya rivnem konkurentospromozhnosti produktsiyi

pidpryyemstva // Marketynh i menedzhment innovatsiy.– 2012.– #4. – P. 230–235. 5. *Kolotilin V.M.* Ekonomichna diahnostyka: Navch.-metod. posibnyk. – Kryvyy Rih: KEI, KNEU, 2010. – 137 p. 6. *Kryveshko O.V., Sidun P.V.* Chynnyky formuvannya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv ta klasteriv // Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku: Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politehnika». – #720. – L'viv, 2011. – P. 180–188. 7. *Altukhova Y. N.* Konkurentospobnost'predpryyaty na vneshnem rynke / Y. N. Altukhova // Visnyk Donets'koho universytetu. – 2008. – Vyp. 1. – P. 106–111. 8. *Reytynh hlobal'noyi konkurentospromozhnosti [Elektronnyy resurs] // Informatsiyne ahent-stvo Interfax-Ukrayina. – Rezhym dostupu: <http://ua.interfax.com.ua/news/general/166276.html>*

#### Відомості про авторів / About the authors

**Чип Маргарита Сергіївна** – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка; тел.: (095) 42-55-777; e-mail: [margarita.chip@aiesec.net](mailto:margarita.chip@aiesec.net).

**Chip Margaryta** – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student; tel.: (095) 42-55-777; e-mail: [margarita.chip@aiesec.net](mailto:margarita.chip@aiesec.net).