

ПАШКО В.В., студент, Державний біотехнологічний університет
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРОДУКЦІЇ
НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Конкурентоспроможність – характеристика товару, що відображає його відмінність від аналогічного товару-конкурента і відповідно – підкреслює його переваги або недоліки для потенційного споживача. В конкурентоспроможності враховуються як перелік всіх якісних характеристик товару, так і додаткові умови, що стосуються виключно специфіки відносно конкретного споживача, наприклад, можливість та доступність придбання і подальшого використання товару. Конкурентоспроможність містить три основні складові: одна з них пов'язана безпосередньо з виробом і фактично зводиться до його якості. Друга містить економічні витрати на створення, збут і сервіс товару, а також економічні можливості та обмеження споживача. Третя відображає все те, що може бути приємно чи неприємно споживачеві як покупцю, як людині, як представнику тієї чи іншої соціальної групи тощо.

На сьогоднішній день економіка будь-якої країни може ефективно розвиватися лише за умов активної взаємодії з світовим ринком товарів і послуг. Розвиток національної економіки передбачає «інтернаціоналізацію» бізнесу і активну взаємодію зі світовим ринком, а також лібералізацію конкурентних умов в середині країни та за її межами.

Що стосується положення України на світовому ринку товарів та послуг, то за останні роки спостерігаються наступні тенденції: за підсумками 2020 року експорт товарів і послуг по відношенню до 2019 року скоротився на 4682,4 млн дол. США (-7,3%), то за підсумками I півріччя 2021 року експорт товарів і послуг по відношенню до I півріччя 2020 року збільшився на 7087,2 млн дол. США (+25,5%). Найсуттєвіший вплив на формування експортних показників мали такі фактори: пристосування суб'єктів господарювання до умов світової пандемії

COVID-19, що призвело до повільного відновлення світового попиту при одночасному суттєвому зростанні цін на основних ринках збуту; значна сировинна спрямованість українського експорту та суттєва залежність вітчизняних підприємств від зовнішнього ринку збуту, враховуючи існуючу волатильність кон'юнктури світових ринків, що обумовлює залежність обсягу надходження валютних ресурсів від зовнішніх цінових коливань; продовження торговельної агресії Росії (дія ембарго та інших обмежень щодо поставок на російський ринок українських товарів, заборона з боку Росії транзиту її територією товарів українського походження до третіх країн); продовження військової агресії Росії проти України; системні проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності (відшкодування ПДВ, митне та податкове регулювання).

Проблематика підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на міжнародній арені пов'язана насамперед з подоланням різного роду перешкод як внутрішнього, так і зовнішнього характеру. Формування конкурентних переваг українських товарів пов'язано з внутрішньою політикою, у якій відсутнє ефективне поєднання ціни і якості продукції, а також з чинниками зовнішнього середовища підприємств: макроекономічною стабільністю, валютними ризиками, стандартами міжнародної торгівлі і домовленостями між країнами. Разом з розумінням значення просування товарів на зовнішні ринки, необхідно створювати умови для ефективного розвитку експорту, підтримувати як з боку держави, так і за рахунок інвестицій із приватного сектору. Державна підтримка будується в основному на рішенні проблем стратегічного плану, таких як законодавче забезпечення розвитку українського експорту, підтримка політики управління якістю, допомога в міжнародній стандартизації продукції українських виробників, гармонізація митних обмежень, податкове, митне регулювання та інші подібні аспекти. З боку підприємств, приватних підприємців також реалізуються ініціативи по просуванню вітчизняної продукції на міжнародні ринки. Для цього їм

доводиться вирішувати безліч нових для себе завдань, пов'язаних із специфікою зовнішніх ринків збуту, з організацією вивозу продукції за межі країни, оформленням її в іншій країні, підготовкою і залученням спеціалістів з міжнародних економічних відносин, маркетологів, логістів, юристів, експедиторів, тощо. У міру розвитку економіки країни та її інтеграції в світовий економічний простір, актуальним залишається питання залучення перспективних українських підприємств в процес просування вітчизняної продукції на зарубіжні ринки, що напряму залежить від її конкурентоспроможності відносно інших конкурентів на світовому рівні. Для повного задоволення критеріїв конкурентоспроможності, необхідно, щоб продукція, що просувається на експорт, мала переваги в більшості ключових характеристиках: ціні, якості, сервісі та організації експортного процесу, доступності, екологічності, тощо.

Список літератури:

1. **Бабан Т.О.** Торгівля як одна з провідних форм міжнародних економічних відносин України. Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Харків: ХНТУСГ, 2017. Вип. 182. С. 97-104.
2. **Багрова І.В., Редіна Н.І. та ін.** Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. Підручник/ Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.С., Гетьман О.О. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 580 с.
3. **Балабанова Л.В., Холод В.В.** Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств. К.: «ВД Професіонал», 2006. 448 с.
4. Міністерство економіки України. Інфографіка (Експорт). URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e3c3c882-4b68-4f23-8e25-388526eb71c3&tag=TendentsiiEksportuInfografika-eksport->