

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Сьогодні, в умовах стрімкої глобалізації та потужних інтеграційних процесів, проблема конкурентоспроможності вітчизняної продукції стала достатньо актуальною. Оскільки від випуску продукції, яка змогла б конкурувати, як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках залежить не лише розвиток окремих підприємств, але і стабільний та ефективний розвиток економіки країни загалом.

Конкурентоспроможність є складним та багатоаспектним поняттям, проте чимало науковців сходяться на такому визначенні, як здатність товару зайняти та втримати позицію на конкурентному ринку в певний період в умовах конкуренції з іншими аналогічними товарами.

На шляху своєї державності Україна пройшла чимало складних етапів розвитку економіки, підбираючи шлях, що веде до розвинутої демократичної держави, забезпечення новими місцями праці, інвестиційної привабливості, інноваційного забезпечення та модернізації. Проте варто зазначити, що вітчизняні виробники майже не мають досвіду ринкової боротьби в порівнянні з міжнародними компаніями, які зростали в умовах жорсткої конкуренції, перевищення пропозиції над попитом та високої насиченості ринку. Окрім того, для більшості підприємств властива розбалансованість господарських зв'язків, а їх продукція не відповідає основним критеріям міжнародних стандартів якості [1].

Країна, яка має високі конкурентні можливості повинна створювати для підприємств відповідні джерела, які формуватимуть їх конкурентні переваги, що виступатимуть у вигляді ефективної та продуктивної державної політики. Міжнародний досвід свідчить про те, що статус лідера у світовій економіці та в соціальному й культурному розвитку, досягають країни, які можуть забезпечити міжнародний рівень якості продукції та послуг. У провідних країнах світу такі проблеми, як проблема якості, завжди знаходяться у центрі економічних інтересів держави [2].

Розглядаючи сучасну діяльність українських підприємств на міжнародних ринках, можна з впевненістю стверджувати, що вітчизняні товари представлені в основному на ринках із ціновою конкуренцією, тобто на ринках стандартизованої продукції та сировинних, що свідчить про обмеженість експортної номенклатури. На сьогодні, вітчизняні підприємства дуже повільно переорієнтовуються з торгівлі напівфабрикатами та сировиною на торгівлю з високотехнологічним виробництвом. Попри все це світовий ринок давно перейшов до конкуренції технічного та якісного рівня продукції, тобто з цінової конкуренції до нецінової. Сьогодні перемога у того, в кого вища якість, а не нижча ціна [3].

Отже, сучасний стан України на зовнішньому ринку свідчить про дуже низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, що спричинено низкою вищеперелічених чинників. Виправлення такої ситуації, тобто підвищення рівня конкурентоспроможності, можливе лише за умов підвищення якості продукції, запровадження новітніх технологій у виробництво, припинення витоку інтелектуального капіталу з країни та удосконалення нормативно-правової бази. Такі масштабні перетворення неможливі без підтримки та допомоги держави. Лише правильно обраний політичний курс, дієві економічні реформи та законодавчі зміни допоможуть вивести вітчизняну продукцію на конкурентоспроможний рівень.

Література:

1. Данилишин Б.М. Ціна євроінтеграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2014/01/10/413940/>.
2. Віткін Л. Усунення технічних бар'єрів у торгівлі товарами та послугами. Гармонізація процедур сертифікації та стандартизації в Україні та ЄС / Л. Віткін // Європейська інтеграція та Україна. – К.: Макрос, 2002. – С. 179-198.
3. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – К.: «ВД Професіонал», 2006. – 448 с.