

**ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТРАКТУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
ЕКСПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

В нинішній світовій системі відкритих ринків проблематика питання конкурентоспроможності експортної продукції отримала неабиякого значення. З тієї причини, що наявність або відсутність такої властивості у товарів є визначальною не тільки щодо їх наявності на ринку, а й загалом до існування як окремих товаровиробників, так і цілих галузей економіки певних країн.

Це відбувається так за наявності або відсутності такої властивості у товарів, яка є визначальною не тільки щодо їх присутності на ринку, а й загалом щодо існування як окремих товаровиробників, так і цілих галузей економіки певних країн.

Виходячи з того, що поняття «конкурентоспроможність експортної продукції» є похідним, то відповідно до цього воно вбирає у себе всі особливості та фактори, що впливають на поняття конкурентоспроможності підприємства та конкурентоспроможності продукції, а також безпосередньо відображає їх складність і багатоаспектність. Загалом в сучасній науковій літературі визначення цього показника зустрічається досить рідко. Автори, які займаються проблематикою теорії конкурентоспроможності зазвичай, обмежуються лише зазначенням того, що при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності конкурентоспроможність вітчизняної продукції переноситься на зовнішній ринок, якщо вона володіє такими конкурентними перевагами щодо ціни та якості, які достатні для ведення конкурентної боротьби на зовнішньому ринку. Однак такої характеристики вкрай недостатньо для проведення глибинного аналізу, бо тут навіть не зазначається, що товар володіє конкурентоспроможністю експортної продукції тільки, коли він може бути реалізованим на зовнішньому ринку більш прибутково, ніж на внутрішньому.

В роботі І. Багрової традиційним є визначення, де вона зазначає, що «міжнародна конкурентоспроможність продукції - це сукупність вартісних і якісних властивостей продукції, які забезпечують задоволення конкретних потреб споживачів на певному сегменті зовнішнього ринку» [1, с. 278]. На нашу думку недоліком цього визначення залишається відсутність відображення здатності товару бути реалізованим на зовнішньому ринку з більш високим прибутком для підприємства, тобто надається тлумачення цього показника у маркетинговому розумінні [1, с. 279]. На жаль, не вказано принципової різниці між поняттями міжнародної конкурентоспроможності продукції і конкурентоспроможності експорту, тому можна зробити висновок, що ці поняття використовуються як синоніми (що є досить обґрунтованим), з тією різницею що останнє є більш інформативним, однак в ньому залишається недолік, притаманний першому.

На цій основі ми вважаємо за потрібне запропонувати визначення показника конкурентоспроможності експортної продукції в такій редакції: це здатність підприємства враховувати зовнішньоекономічні аспекти впливу на ціну продукції, політичну нестабільність в країні виробника і забезпечення одночасно при цьому стійких конкурентних переваг товарів за допомогою прийнятних економічних і технологічних показників та зручності при доставці товару до кінцевого споживача. До зовнішньоекономічних аспектів впливу слід віднести ставки мита країн імпортерів, а також враховувати при цьому можливість використання торговельних преференцій. Для цього необхідно встановити чи відповідає товар правилам походження, тобто чи вважається товар таким, що вироблений в Україні, підготувати документи, що підтверджують його походження та дотриматись правил прямого транспортування товару.

Доповідь присвячено трактуванню поняття конкурентоспроможності з різних сторін, що допоможе підприємству постійно вдосконалюватися та керувати всіма процесами на підприємстві, які забезпечуватимуть його конкурентними перевагами з усіма наслідками, що впливають для успішної діяльності підприємства.

*Список літератури*

1. **Арнаут І.П.** Дослідження підходів щодо дефініції конкурентоспроможності підприємства. Інноваційна економіка. 2012. № 3. С. 111-114.