

УДК 658.821:338.246.83:339.9

Самойлик Ю.В., к.е.н., доцент

Волошина О.А., асистент

Миргородська А.О.

Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка

ПРОБЛЕМА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКУ ЄС

В статті досліджено проблему виходу української продукції на міжнародні ринки та її конкурентоспроможність з виробниками інших країн, через невідповідність європейським стандартам, яка стала досить актуальною за останні роки в Україні. Розглянуто випуск конкурентоздатної продукції, від якої залежить ефективний та стабільний розвиток економіки країни в цілому.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції підприємств, міжнародні стандарти, Європейський Союз, ринок ЄС, ліцензування, виробництво продукції.

Samoylik U.V., Voloshina O.A., Mirgorodska A.O.

THE PROBLEM OF COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN PRODUCTS ON THE EU MARKET

The problem of withdrawal of Ukrainian products to international markets and their competitiveness with producers in other countries, because of inconsistencies with European standards, which has become very topical in recent years in Ukraine. Release of competitive products considered, on which the efficient and sustainable development of the economy in general.

Keywords: competitiveness of enterprises, international standards, European Union, EU market, licensing, production.

Самойлик Ю.В., Волошина О.А., Миргородская А.О.

Исследована проблема выхода украинской продукции на международные рынки и их конкурентоспособность с производителями других стран, из-за несоответствия европейским стандартам, которая стала достаточно актуальной на протяжении последних лет в Украине. Рассмотрен выпуск конкурентоспособности продукции, от которой зависит эффективное и стабильное развитие экономики страны в целом.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятий, международные стандарты, Европейский Союз, рынок ЕС, лицензирование, требования производства.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. На сьогоднішній день здатність будь-якого вітчизняного підприємства бути конкурентоспроможним на світовому ринку є досить актуальним питанням, оскільки іноземні підприємства, що все більше виходять на український ринок, є технологічно сильнішими та конкурентоспроможнішими. За цих умов необхідно визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств з метою їх інвестиційної привабливості та можливості конкурування з іноземними фірмами.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Проблеми виходу на зовнішні ринки українських підприємств висвітлюються і у навчально - методичній, науковій літературі, і у засобах масової інформації. Підприємству, що вирішило вийти на європейський ринок, необхідно взяти до уваги існування безлічі обмежень і перешкод у міжнародній торгівлі – як у країні, на ринок якої воно збирається вийти, так і в своїй власній. До таких обмежень належать митні

тарифи (фіскальні і протекціоністські), валютний контроль із боку держави, ряд нетарифних бар'єрів, а також культурні особливості країни при розробці маркетингових програм [1, с. 106].

Цілі статті. Метою даної роботи є аналіз проблем конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в контексті євроінтеграції економіки України та шляхи їх вирішення. Метою досліджень є аналіз випуску на ринок ЄС молочної, швейної та сільськогосподарської продукції, їх ліцензування та стандартизація згідно чинної нормативно-правової бази. Згідно до мети, у статті потрібно запропонувати низку заходів, які потрібні для підвищення рівня конкурентоспроможності продукції українських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Гостро стоїть питання перед Україною про пошук нових ринків збуту та вихід товарів на європейський ринок. Як відомо, головним бар'єром у вирішенні цього завдання є конкурентоспроможність наших товарів та підприємств із товарами та підприємствами західних партнерів. З огляду на географічне розміщення найраціональнішим буде вихід вітчизняних підприємців на європейські ринки. Дані ринки є дуже насиченими та конкуренція на них є занадто висока, тому для успішного виходу українських товарів на європейські ринки потрібно вирішити кілька завдань, а саме підвищити конкурентоспроможність вітчизняних товарів. До цього завдання входить і зміна якості, ціни, підняття рівня продукції до європейських стандартів і низка інших показників. Від випуску конкурентоздатної продукції залежить стабільний та ефективний розвиток економіки. Даний показник характеризує не лише окремі підприємства, а й економіку країни загалом.

За останні роки 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. Неминучий процес глобалізації не обходить стороною і Україну. Завдяки вступу до Світової Організації Торгівлі, Україна отримала переваги щодо одержання режиму найбільшого сприяння в торговельному просторі всіх країн-членів СОТ, тобто одночасне покращення умов торгівлі із більш ніж 150 країнами. Але і сьогодні конкурентоспроможність української продукції залишається на дуже низькому рівні, не зважаючи на величезний експортний потенціал багатьох галузей української економіки. У квітні 2014 року ЄС в односторонньому порядку відкрив свій ринок для українських товарів. Він запровадив так звані «автономні торговельні преференції», за якими він почав реалізовувати свої зобов'язання в рамках Угоди про асоціацію (та її торговельних розділів) ще перед її підписанням [2]. Для України відкрилися великі можливості імпорту на ринку ЄС. Тепер розглянемо Топ-10 квотованих товарів за принципом «Перший прийшов, перший отримав» (таблиця 1) та механізму ліцензування за перше півріччя 2015 року (табл. 2).

Не зважаючи на пом'якшення умов, експорт українських продуктів поступово скорочується. Експерти запевняють, що причиною є надлишок товарів на європейському ринку. Аналізуючи дані з таблиць 1 і 2, лише деякі продукти харчування, що поставляються з України в ЄС, можуть конкурувати з продукцією з інших країн. Фактично, Україна виробляє не більше десятка продуктів, які європейці вважають дефіцитними і готові платити за них великі гроші. Євросоюз надав українським аграріям квоти на 36 найменувань продуктів харчування, які звільняються від мита.

Розглядаючи експортну діяльність наших виробників на зовнішніх ринках, можна виділити таку тенденцію, що основною часткою експорту є сировинна продукція та напівфабрикати. Металургія, сільське господарство, машинобудівна та хімічна

промисловості дають понад 80 % українського експорту. Наша продукція більшою мірою представлена на ринках із переважно ціновою конкуренцією, тоді як продукція західних партнерів отримує своїх покупців завдяки високій якості товару. Застарілість технічної та технологічної бази сприяє зниженню конкурентоспроможності нашої продукції, а саме її якості.

Таблиця 1

Топ-10 квотованих товарів, що адмініструються за принципом «Перший прийшов, перший отримав» у 1-му півріччі 2015 р. [2]

Назва	Річний обсяг квоти на 2015 р., тонн	Залишок квоти, тонн	Використано квоти, тонн	Використано квоти, %
Мед	5000	0	5000	100,00
Сік яблучний та виноградний	10000	143,465	9856,535	98,57
Крупи зернових	6300	1471,173	4828,827	76,65
Овес	4000	1341,180	2658,820	66,47
Томати	10000	8016,353	1983,647	19,84
Цукор-сирець	20070	17821,600	2248,400	11,20
Фруктоза	2000	1903,334	96,666	4,83
Висівки	16000	15526,530	473,470	2,96
Крохмаль	10000	9807,350	192,650	1,93
Солод	7000	6938,030	61,970	0,89

Таблиця 2

Використання квот із застосуванням механізму ліцензування у 1-му півріччі 2015 р. [2]

Назва	Річний обсяг квоти на 2015 р., тонн	Залишок квоти, тонн	Використано квоти, тонн	Використано квоти, %
Кукурудза	400 000	0	400 000	100,00
Пшениця	950 000	624 060,343	325 939,657	34,31
Ячмінь	250 000	244 430,000	5 570,000	2,23
М'ясо птиці	16 000	Квоти у 1 півр. по 4000 тон кожна використані повністю		
	20 000	Квота 1 кв. – використано 900 тонн з 5000 можливих; Квота 2 кв. – використано 1180, 072 тонн з 5000 можливих		

В Україні дуже повільними темпами проходить етап переорієнтації з торгівлі сировиною і напівфабрикатами на торгівлю товарами з високою доданою вартістю, в той час як у світі швидко проходить період, коли виробники переходять від цінової конкуренції до нецінової [3].

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 %). В 2014 р. Україна, змогла відіграти вісім позицій і посісти 76-е місце зі 144 країн. ВЕФ уточнює, що конфлікт у східній частині країни та в Криму мало вплинув на результати, оскільки на той час дані вже були зібрані, проте вплине на конкурентоспроможність країни в майбутньому [4].

В Україні існують підприємства, продукція та послуги яких є конкурентоздатними не тільки на вітчизняному ринку, але й на зовнішньому, а потенціал виробництва перевищує внутрішні потреби країни. Одними з таких підприємств є підприємства молокопереробної галузі [5]. Попри те, що у деяких країнах ЄС спостерігається перевиробництво молока, експерти переконані, що

українські молочні продукти можуть бути конкурентоспроможними через свою дешевизну. Українських виробників молокопереробної продукції приваблює можливість постачання в Євросоюз – другий за місткістю ринок у світі після США, де ціни на молочну продукцію у декілька разів вищі, ніж в Україні [6].

За 2014 рік на просторі ЄС, виробництво молока було збільшено на 5,1 % відносно аналогічного періоду попереднього року, також спостерігалось і зростання оптових цін на молоко: на кінець січня 2015 року його ціна становила 32,75 євро/100 кг (на кінець грудня 2014 року – 31,25 євро/100 кг). Зростало також виробництво молока і в США (за результатами 2014 року приріст становив 3,14 %) [7].

Одним із бар'єрів, які поки що не дозволяють в повній мірі освоювати європейський ринок є відчутний конкурентний тиск та ринках деяких видів молочної продукції, які є для українських виробників експортно-орієнтованими, наприклад, ринок казеїну, ринок сироватки та ін. Основним серйозним конкурентом української продукції виступає продукція Білорусі. Білоруські виробники, як правило, орієнтовані на застосування інструментів цінової конкуренції на основі демпінгу цін [7].

Десять українських компаній зможуть вже до кінця поточного року узгодити всі питання щодо поставок своєї молочної продукції на ринки ЄС. Таку новину опублікувала «Преса України», яка взяла інтерв'ю у міністра аграрної політики та продовольства, під час дискусійної платформи в рамках Українсько-німецького економічного форуму в Беліні – Олега Павленка. Міністр заявив: «Цього року ми хочемо відкрити ринок ЄС для постачання нашої молочної продукції, оскільки зараз десять компаній на стадії завершення узгодження». На даний час, за його словами, українські молочні компанії вже пройшли узгодження щодо поставок своєї продукції до Китаю. Серед азіатських країн Китай є основним імпортером української продукції. Нагадаємо, що продукція з України експортується у понад 100 країн світу [8].

Забезпечення формування державного бюджету та одним із потужних важелів розвитку економіки виступає текстильний сектор. Швейна промисловість належить до сфери виробництва товарів народного споживання, яка завжди приваблива для інвесторів. Пріоритетність швейної галузі визначається: швидким обігом капіталу; низькою енергомісткістю виробництва; незначним впливом на довкілля; значним експортним потенціалом; соціальним спрямуванням; є потенційним джерелом податкових надходжень у бюджет. Сьогоднішній стан розвитку швейної галузі в країні не дозволяє досягнути бажаного ефекту. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, зокрема, швейної, це дуже болюче питання в контексті Європейської інтеграції України.

Українська швейна промисловість працює за толінговими схемами. На вітчизняних підприємствах виготовляється одяг для багатьох іноземних фірм (табл. 3), а також ряду інших світових брендів, які розміщують замовлення в Україні. При цьому самі бренди воліють не афішувати такої співпраці. На думку експертів, сьогодні оснащення більшості українських фабрик, які працюють за давальницькою схемою відповідає європейському рівню [9]. Також співпраці із світовими брендами завжди передують серйозне навчання українського персоналу, адже в інтересах замовника зробити так, щоб фабрика виготовляла продукцію за найвищими стандартами.

Підвищення конкурентоспроможності української швейної продукції та збільшення продуктивності виробництва може бути внаслідок участі України у спільному європейському ринку, вільному руху товарів швейної промисловості між Україною та ЄС. Запровадження європейських стандартів у економічній діяльності стимулюватиме надходження прямих інвестицій, що матиме позитивний вплив на внутрішній споживчий ринок, а джерелом збільшення продуктивності має стати вільний доступ до капіталу і новітніх технологій.

Іноземні замовники швейної продукції в Україні [9]

Швейне підприємство	Місце розташування підприємства	Найменування бренду
Грегори Арбер	Одеса	Benetton, Conbipel, Esprit, Gerry Weber, Mexx
Балтська швейна фабрика	Балта (Одеська обл.)	Benetton, Esprit, Kookai, Laura Ashley, Max Mara, Mexx, Next, Steilmann, Top Shop, Wallis
Володарка	Вінниця	Hugo Boss
Тульчинська швейна фабрика	Тульчин (Вінницька обл.)	Diverse, Esprit, Grosso Moda, Karstadt, Maratex, Mexx, Roxy, Staff, Walker
Євро-стиль	Полтава	Frank Henke Mode GmbH, Franken Walder
Кремтекс	Кременчук (Полтавська обл.)	Betty Barclays, Vera Mont
Трембіта	Чернівці	Armand Thiery, Benetton, Celio, Fellini, Galeries Lafayette, Gianni Ferrucci, Prado
Арніка	Чернівці	Triumph
Дана	Київ	Iceberg, Sandro
Троттола	Львів	New Look, Zara
Калина	Червоноград (Львівська обл.)	Triumph
Санта-Україна	Первомайськ (Миколаївська обл.)	BCBG, Grossa Moda, Laura Ashley, Mexx, Next, Top Shop
Бердичівська швейна фабрика	Бердичів (Житомирська обл.)	Licona, Peter Kaiser

Отже, швейна галузь промисловості в Україні потребує різких змін. Співпраця вітчизняних підприємств з іноземними брендами назавжди залишить набутий досвід, а інтеграція до Європейського Союзу відкриє нові перспективи розвитку. Полегшення доступу на зовнішні швейні ринки ЄС, сприятиме долученню до новітніх світових технологій, нового сировинного ринку, зростанню обсягів експорту швейної продукції, переоснащенню підприємств. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняних швейних виробів на зовнішніх ринках дасть можливість підвищити фінансово-економічний стан підприємств швейної промисловості України та призведе до подальшої інтеграції України до світового торговельного простору.

Однією з конкурентних переваг України на міжнародному сільсько-господарському ринку є найвища в світі забезпеченість родючими чорноземами (30 % всього світового запасу) та наявність сприятливих умов для тваринництва [10]. Світові тенденції зростання популярності здорового, екологічно чистого та безпечного харчування все впевненіше охоплюють і нашу державу. На відміну від інших, так би мовити, «примх моди», органічна а екологічно чиста продукція з просто вдалої реклами стає свідомим вибором.

Останнім часом Україна суттєво зменшила придбання іноземних продуктів харчування – на 18 %. Обсяг сільськогосподарського виробництва зріс на 16 %, порівняно з відповідним періодом минулого року, при цьому середня врожайність зернових збільшилася на 14 % [11]. «Виробництво продовольства є одним з основних двигунів розвитку української економіки. Тільки від експорту зерна ми очікуємо до кінця поточного року 2 мільярда доларів США», – зазначив А.П. Яценюк. Глава Уряду наголосив, що Україна вже повністю використала квоти на постачання до Європейського Союзу меду, виноградних соків, пшениці, борошна, кукурудзи, квота на експорт м'яса та напівфабрикатів використана на 77 %, зернових круп – на 78 %, томатів – на 72 %. Уряд очікує на рішення Європейського парламенту щодо продовження автономних преференцій для української продукції, а саме на безмитне ввезення української продукції на ринки ЄС [12].

Більшість українських органічних господарств розташовані у Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Одеській, Полтавській, Тернопільській, Херсонській,

Хмельницькій областях. Так, в Полтавській області сертифіковані два сільськогосподарські підприємства: ТОВ «Кварк» та ПП «Акроекологія», що займаються виробництвом сільськогосподарських культур, а також переробне підприємство ТОВ «Діамант», що виробляє крупи, мюслі та пластівці, які вимагають варіння і миттєвого приготування з усіх видів зернобобових [13].

Виробництво органічної продукції може стати конкурентною перевагою економіки України і надати імпульс розвитку не тільки сільського господарства, але і багатьох інших супутніх галузей. Розвиток ринку органічної продукції в Україні потребує відповідного законодавчого, нормативно – правового забезпечення та фінансової державної підтримки, оскільки ефективність розвитку можлива лише за умови сумлінного виконання кожним суб'єктом ринку своїх функцій.

Таким чином, ринок органічної сільськогосподарської продукції можна визначити як взаємовигідний конкурентний обмін усім, що становить екологічну, соціальну та економічну цінність. Це в свою чергу дає можливість підвищення конкурентоспроможності органічної продукції й рентабельності господарств. За таких умов виробництво органічної продукції може стати конкурентною перевагою економіки України і надати імпульс розвитку не тільки сільського господарства але і багатьох інших супутніх галузей.

Висновки. Отже, існуючі позиції України на європейських ринках свідчать про низьку конкурентоспроможність вітчизняних товарів. Для того щоб змінити дану ситуацію та підвищити рівень їх конкурентоспроможності треба провести низку заходів, а саме: зміна технічної та технологічної бази, проведення інноваційної діяльності на підприємствах, запровадження новітніх технологій, підвищення кадрової кваліфікації, підвищення та дотримання стандартизації продукції, переорієнтація на продаж високо технологічних товарів та ін. Насамперед, Україна має брати приклад з досвідчених високо розвинутих країн, де питання їх конкурентоспроможності постійно перебуває у центрі уваги. Бо як вже було зазначено, конкурентоспроможність підприємств країни та їх товарів, складає загальну конкурентоспроможність економіки усєї країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Алтухова И. Н. Конкурентоспособность предприятий на внешнем рынке / И.Н. Алтухова // Вісник Донецького університету. – 2012. – Вип. 1. – С. 106–111.
2. Представництво України при Європейському Союзі та Європейському Співтоваристві з атомної енергії [Електронний ресурс] // Автономні торговельні преференції – Режим доступу : <http://goo.gl/h4judK>
3. 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, 2009. – 580 с.
4. Рейтинг глобальної конкурентоспроможності [Електронний ресурс] // Інформаційне агентство Interfax-Україна. – Режим доступу: <http://ua.interfax.com.ua/news/general/166276.html>
5. Перелигін М.М. Технічні бар'єри експортування промислової продукції вітчизняними підприємствами/ М.М.Перелигін //Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Випуск 6. Частина 3 – с.72.
6. Крисанов Д.Ф. особливості та передумови формування транспортно- логістичних ланцюгів підприємствами АПК України / Д.Ф. Крисанов // Интгер- ТРАНСЛОГ 2010 (Одеса, 13–17 вересня, 2010 р.). – С. 56–59
7. Керанчук Т.Лі Сучасні проблеми інтеграції підприємств молочної промисловості України на європейський ринок / Т.Лі. Керанчук.- 2015.- с.1-3
8. Українська молочна продукція вийде на ринки ЄС до кінця року – Павленко [Електронний ресурс] // Преса України – Режим доступу : <http://uapress.info/uk/news/show/101784/>
9. Богданович К. Швейні ZARA бітки, Українські фабрики перетворилися на цех з попшття для світових брендів // Кореспондент. – 2013.– № 35. – с. 24-27
10. Артиш В.І. Виробництво органічної продукції а країнах Європейського союзу/ В.І. Артиш // Економіка АПК. – 2014. – № 2. – С. 93-96
11. Жавнерчик О.В. Напрями підвищення конкурентоспроможності органічної продукції в Україні / О.В. Жавнерчик // Вісник ОДЕУ: Випуск 1. – 2013. – С. 235-238.
12. Продовольча безпека світу залежить від України – Яценюк [Електронний ресурс] //Українська правда. – Режим доступу: http://www.epravda.com.ua/news/2014/10/17/499073/view_print/
13. Майбук Ю.В. Сертифікація органічної продукції – шлях України в майбутнє / Ю.В. Майбук, Г.С. Шестопап // Товарознавчий вісник: Випуск 5. – 2012. – С. 382-388.

Рецензент: д.е.н, професор Плаксієнко В.Я.