

про природне середовище, з повагою до прав працівників і дотриманням стандартів. Така поведінка стає джерелом конкурентної переваги бізнесу на ринках. Товари, виготовлені, наприклад, відповідно до суворих екологічних стандартів, відрізнятимуться від пропозиції конкурентів.

Як показує практика, кількість, тип і пропозиція бізнесу, що працюють у сфері корпоративної соціальної відповідальності, постійно розвиваються і розвиваються в багатьох сферах економічної діяльності. Сьогодні питання соціальної відповідальності потребує особливої уваги через соціальні очікування, а також розвиток і концентрацію діяльності багатьох організацій у цій сфері. У зв'язку з тим, що в Україні питання соціальної відповідальності є новим питанням, виникає потреба розвивати цю концепцію на різних рівнях. І в літературі, і в практичній діяльності відчувається недостатність дискусій у цій сфері, а також пропозицій рішень і практичних вказівок, які дають основу для вироблення концепції.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Yurynets Z., Bayda B., Petruch O. Country's economic competitiveness increasing within innovation component. *Economic Annals* — XXI. 2015. № 9-10. P. 32-35.
2. Yurynets Z. Forecasting model and assessment of the innovative and scientific-technical policy of Ukraine in the sphere of innovative economy formation. *Investment Management and Financial Innovations*. 2016. Volume 13. Issue №2. P. 16-23. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.13\(2\).2016.02](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.13(2).2016.02)

УДК: 332.1

Кравчук К.О.

здобувач вищої освіти, Донецький національний університет
імені Василя Стуса

Науковий керівник: Атаманчук З.А.

к.е.н., доцент, Донецький національний університет
імені Василя Стуса

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРІВ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Питання конкуренції товарів в Україні є одним із пріоритетних, оскільки все більше компаній розглядають можливість розширення бізнесу за кордоном. Поява нових ринків збуту, підприємс-

тву збільшують доходи та з'являється можливість розширити свій бізнес.

Неминучий процес глобалізації не оминув Україну, яка з 16 травня 2008 року є членом СОТ. У результаті вступу до СОТ Україна отримала переваги від сприяння інших членів СОТ, тобто покращення умов торгівлі з більш ніж 150 країнами одночасно. Але й сьогодні конкурентоспроможність української продукції залишається низькою.

Метою дослідження є визначити сутність конкурентоспроможності товарів, основні причини низького рівня конкурентоспроможності українських товаровиробників та шляхи її підвищення.

Останніми роками проблема конкурентоспроможності продукції в Україні є однією з найбільш важливих. Від випуску конкурентоздатної продукції залежить ефективний та стабільний розвиток економіки. Цей показник характеризують економіку України загалом.

Основними причинами низької конкурентоспроможності продукції українських виробників є:

- неготовність більшості підприємств до технічного переоснащення та впровадження сучасних технологій;
- недостатня дослідженість сутності і значення якості продукції;
- надлишок товарів на європейському ринку;
- повільні темпи науково-технічного прогресу[2].

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[1].

Основні критерії оцінки конкурентоспроможності товару на зовнішніх ринках:

- кількість конкурентів, що виробляють подібну продукцію;
- наявність споживачів на певну продукцію;
- основні напрямки конкуренції на зовнішніх ринках;
- оцінка стратегічної діяльності конкурентів;
- політика горизонтальної інтеграції (для визначення можливостей контролю та управління конкретними галузями промисловості);
- різноманітність методів конкуренції (ціна, якість, технічний рівень, дизайн продукту, сервіс, імідж компанії, торгова марка тощо);

- стабільність попиту на продукцію компанії в кожному сегменті ринку;

Якщо брати до уваги поточну діяльність українських підприємств на міжнародному ринку, то можна сказати, що асортимент українських товарів на експорт дуже обмежений — наша продукція є більш представницькою на ринках.

Для повноцінної участі в конкуренції на світовому ринку необхідно розробити конкурентну політику, яка може забезпечити прискорення якісного економічного зростання. Така політика повинна розв'язувати такі питання:

- покращення стандартизації, як головного інструменту для управління та забезпечення рівня якості на підприємствах. Передбачається впровадження сучасної системи управління якістю, це сприятиме формуванню іміджу України на міжнародних ринках;

- створити умови для розвитку вдосконаленої інноваційної діяльності, впровадження новітніх технологій у виробництво, сучасної продукції з новими технологіями, запобігання відтоку талановитих розробників. На даному етапі Україна є постачальником технологій та інтелекту на світовий ринок, у наслідок це приносить збиток Україні;

- швидке реагування на зміни ринкових умов, а саме створення відповідних та ефективних способів реагування на зміни;

- збільшення кількості експортних операцій держави та обсягу прямих іноземних інвестицій, захист прав інвесторів та покращення доступу до міжнародних фінансових ринків.

Найавторитетнішим рейтингом конкурентоспроможності країн вважається дослідження Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum) понад 30 років. Протягом багатьох років звіти цієї організації про оцінку конкурентоспроможності країн є багато років таким стандартом, за яким політичні та бізнес-лідери визначають слабкі та сильні сторони національної економіки та оцінюють ефективність економічної політики та інституційних реформ. Основним інструментом для комплексної оцінки конкурентоспроможності країни є індекс глобальної конкурентоспроможності (табл. 1), який враховує макроекономічні та мікроекономічні основи конкурентоспроможності країни.

За підсумками рейтингу WEF у таблиці лідируючі позиції протягом десяти років займає Сінгапур, Швейцарія та Швеція 2020 року. В Україні низька конкурентоспроможність, основними факторами цього є неякісна робота інституцій, урядова нестабільність, корупція, високий рівень інфляції, зростання державного боргу. Тому Україні потрібно поліпшити всі перелічені макро-

економічні показники, а також зміцнити фінансові ринки, підвищити товарні ринки, підвищити конкурентоспроможність інвестицій та обсяги міжнародної торгівлі.

Таблиця 1.

Рейтинг 10 країн світу по глобальному індексу конкурентоспроможності

Країна	Місце у рейтингу за рік								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Сінгапур	3	2	2	2	2	3	2	3	1
Сполучені Штати Америки	4	5	7	5	3	2	3	2	2
Гонконг	11	11	9	7	7	6	9	6	3
Нідерланди	8	7	5	8	8	4	4	4	4
Швейцарія	1	1	1	1	1	1	1	1	5
Японія	6	9	10	9	6	9	8	9	6
Німеччина	5	6	6	4	5	5	5	5	7
Швеція	2	3	4	6	10	7	6	7	8
Великобританія	12	10	8	10	9	8	7	8	9
Україна	89	82	73	84	76	81	85	81	85

Сьогодні Україна має багато проблем, які перешкоджають розвитку її економіки, що впливає на конкурентоспроможність її товарів. Але позитивним є те, що на цю мить у світі почали скупляти більше товарів українського походження, особливо ті країни що підтримують Україну, для підтримки економіки під час війни. Дана проблема існує не лише на рівні приватного сектору, а й на державному. Неефективна система оподаткування, відсутність програм стимулювання зменшують бажання іноземних підприємців розвивати виробництво. Як наслідок, економічного розвитку можна досягти лише завдяки державної підтримки та змін на підприємствах.

Отже, сучасне становище України на зовнішніх ринках свідчить про те, що конкурентоспроможність українських підприємств у світі є за низькою, але при правильному застосуванні економіки можна забезпечити кращу конкурентоспроможність. Укра-

їні потрібно наслідувати розвинених країн, для підвищення конкурентоспроможності продукції. Можна сказати, що українські підприємства мають великий потенціал для виходу на міжнародний ринок. Але лише комплексними діями держави можна підняти вітчизняну продукцію на конкурентоспроможний рівень.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Шляхи підвищення конкурентоспроможності української продукції на міжнародному ринку [Електронний ресурс]. URL: <https://shag.com.ua/shlyahi-pidvishennya-konkurentospromojnosti-ukrayinsekoyi-prod.html>
2. Конкурентоспроможність українських підприємств на міжнародному ринку [Електронний ресурс]. URL: https://vuzlit.com/798588/konkurentospromozhnist_ukrayinskih_pidpriyemstv_na_mizhnarodnomu_rinku
3. Бутенко Д.С., Чеботарь Ю.Г. Фактори конкурентоспроможності України на міжнародній арені, 2019. [Електронний ресурс]. URL: [http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/21627/1/ФАКТОРИ %20КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ %20УКРАЇНИ.pdf](http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/21627/1/ФАКТОРИ_%20КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ_%20УКРАЇНИ.pdf)
4. World economic forum [Електронний ресурс]. URL: <https://www.weforum.org>

УДК 331.1

Кравчук О.І.

к.е.н., доцент ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Бацман І.С.

здобувач вищої освіти ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВІДДАЛЕНОЇ РОБОТИ

Віддалена робота стала нормою для більшості компаній. Про це свідчать статистичні дані Global Workplace Analytics про те, що «регулярна дистанційна робота у 2021 році зросла на 216 % відносно 2005 року» [1]. В сучасних умовах військової агресії ЗФ українські роботодавці перейшли на віддалену роботу. Як зазначено у дослідженні групи «Рейтинг»: «...у звичному режимі продовжує працювати трохи менше чверті (22 %) працівників, ще майже сті-