

**УДК 658.821**

### **Фактори міжнародної конкурентоспроможності продукції**

Ха Тхі Ань Туєт

Науковий керівник – доц. каф. «Економічної кібернетики та інформаційних технологій»,  
канд. екон. наук Коваленко О.М.

В сучасній економічних умовах питання забезпечення міжнародної конкурентоспроможності продукції набули великого значення. Тому вивчення факторів, від яких залежить її рівень є важливим й актуальним.

До факторів міжнародної конкурентоспроможності продукції ми відносимо: економічні, що характеризують основні економічні та споживчі властивості продукції і відтворюються в показниках загальних витрат на придбання продукції та експлуатаційних витрат за термін її служби; класифікаційні, які використовуються для визначення належності продукції до відповідного класу за рядом ознак; юридичні, які визначають правову захищеність продукції на міжнародному ринку; техніко-технологічні, які визначають технічні властивості продукції і регламентуються технологічними стандартами випуску продукції; ергономічні, які характеризують властивості продукції в процесі її використання; естетичні, які відображають виразність і досконалість зовнішнього вигляду продукції, особливості її сприйняття споживачами в процесі експлуатації; організаційні, які призначені для оцінки умов платежу, поставок, термінів та умов гарантії, сервісних послуг тощо.

При цьому слід додати, що в сучасних умовах на міжнародному ринку на зміну ціновій конкуренції прийшла нецінова, тобто конкуренція технічного та якісного рівня продукції. У конкурентній боротьбі за ринки збуту частіше перемагає не той, хто пропонує нижчі ціни, а той, хто пропонує вищу якість, оскільки продукція з кращою якістю значно ефективніша у використанні.

В підсумку відзначимо, що до факторів, які безпосередньо впливають на забезпечення міжнародної конкурентоспроможності продукції, слід віднести не лише високу якість та економічні умови продажу, а й ряд таких нецінових чинників як: унікальність, ефективність бази поширення інформації про продукцію, динамізм збуту і можливість швидкого реагування на ринкові зміни.