

## ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК КРИТЕРІЙ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В даний час зовнішньоекономічна діяльність характеризується швидкими змінами та зростанням важливостей на міжнародних ринках. У останній чверті XX століття у світовому економічному, політичному, соціальному просторі відбуваються зміни у світовій конкуренції, що змушує компанії завойовувати економіку, більшу за національну.

Зовнішньоекономічна діяльність є однією з важливих умов економічного зростання будь якої країни, що було відзначено у Експортній стратегії України на 2017-2021 роки [5]. Згідно цієї стратегії, основний вектор розвитку експорту спрямовується на інноваційну та високотехнологічну та наукомістку продукцію. Згідно цієї стратегії визначено головні ринки, на які слід звернути увагу, що є перспективними серед яких країни Європейського союзу, Азії (Індія, Китай, Японія та інші), Білорусь, Молдова, США, Канада, Швейцарія та інші.

Сучасний стан економіки України характеризується високим рівнем ризиковості та нестабільністю розвитку, така ситуація вимагає від управлінців усіх рівнів істотно нових підходів до управління, аналізу та оцінки діяльності підприємства та як наслідок, до пошуку джерел інформації, збору та обробки інформації необхідної для аналізу. При цьому, вітчизняні підприємства, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність знаходяться під впливом цих процесів. Тому, під час виходу на нові міжнародні ринки повинні враховувати рівень конкуренції та її характер.

Питання зовнішньоекономічної діяльності, у таких сучасних умовах, є одними з важливих для підприємств. Відтак, необхідно визначити економічну сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

В Українській дипломатичній енциклопедії [4] наведено визначення О. І. Ступницького з приводу міжнародної торгівлі, як процесу обміну товарами та послугами між державно оформленими національними господарствами різних країн, пов'язаний із загальною інтернаціоналізацією світової економіки та інтенсифікацією міжнародного поділу праці.

Міжнародна торгівля – це обмін товарами та послугами між країнами через експорт та імпорт [6].

Akram A. S. Al-Khaled [17], консультант фірми Ernst & Young, зазначає, що міжнародний бізнес – це проведення операцій у всьому світі. При цьому, автор зазначає, що операції включають в себе переміщення товарів, послуг, технологій, капіталу та управлінських знань до інших країн з метою ефективною конкуренції підприємства, компанії, організації.

Boddewyn J. J. [18], визначає міжнародний бізнес як переговори про торгівлю та інвестиції, які об'єднують нації та перетинають кордони, виконуються фірмами (державними та приватними), що працюють та взаємодіють на різних рівнях: особистісному, організаційному, на рівні продукту (товару), проекту, функцій, мереж, промисловості та глобальному рівнях.

Lorraine Eden, Li Dai та Dan Li [19], зазначали, що міжнародна діяльність (international activities) передбачає конкуренцію між підприємствами на світовому рівні в процесі здійснення ними господарської діяльності та переміщення товарів (шляхом експорту та імпорту) товарів.

Зовнішньоекономічна діяльність у Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [12] визначена як, діяльність з приводу продажу товару, робіт, послуг, а також інша діяльність (інвестиції, виставки, продаж ліцензій, обмін технологіями та інше), що характеризується отриманням прибутку та перетинанням кордону країни. Тобто, в цьому випадку зовнішньоекономічна діяльність не обмежується торгівлею товарами, послугами, але і включає в себе інші взаємодії між учасниками зовнішньоекономічної діяльності на комерційній основі.

У Господарському Кодексі України зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарювання визначається як господарська діяльність, яка в процесі її здійснення потребує перетинання митного кордону України майном, та/або робочою силою [3]. Виходячи з тлумачень терміну, можна дійти висновку, що правова точка зору, не бере до уваги деякі з видів зовнішньоекономічної діяльності, та не враховує особливостей взаємодії суб'єктів у системі світогосподарських зв'язків.

Борисов А. Б. у Великому економічному словнику [2] наводить тлумачення поняття зовнішньоекономічної діяльності, як однієї зі сфер економічної діяльності держави, підприємств, фірм, тісно пов'язаної із зовнішньою торгівлею, експортом та імпортом товарів, іноземними кредитами та інвестиціями, здійсненням спільних з іншими державами проектів.

Зовнішньоекономічна діяльність, як стверджує В.І. Серажим [4], форма торгово-економічної міжнародної діяльності держави, організацій, установ усіх форм власності, пов'язана з експортом та імпортом товарів, послуг, реалізацією спільних проектів, утворенням спільних виробничих, торгових, транспортних структур за участі міжнародного фінансового капіталу, кредитів, інвестицій. Цей механізм зовнішньоекономічних зв'язків

передбачає відкритий характер економіки, інтеграцію її в міжнародну торгово-економічну систему, в міжнародні регіональні й товарні ринки. Таке визначення ЗЕД є досить широким та може бути використане як для опису діяльності підприємства так і для того, щоб охарактеризувати діяльність держави чи регіону.

Зосімова Ж. С. та Шталь Т. В. [15] пропонують розуміти під зовнішньоекономічною діяльністю підприємства «сукупність видів діяльності суб'єктів господарювання, які виникають внаслідок взаємодії із зарубіжними партнерами та контрагентами як на території України, так і за її межами, з метою ефективного використання переваг міжнародного поділу праці». В цьому визначенні, враховано те, що ЗЕД включає всі види співробітництва та види діяльності підприємства із закордонними партнерами. Враховано переваги розміщення підприємств у країнах з нижчим рівнем економічного розвитку та відповідною ресурсною базою, де витрати на оплату праці нижчі. Але визначення не враховує те, що підприємства діють у конкурентному середовищі та мають виходити з цього.

Для підприємств, що здійснюють ЗЕД, пріоритетним напрямом є торгівля (відповідно, обмін чи перетинання кордонів) товарами, роботами, послугами з підприємствами інших держав, іншими словами, здійснення експорту та імпорту. Через здійснення ЗЕД, підприємства досягають підвищення свого рівня конкурентоспроможності на світових ринках та на вітчизняних ринках, зокрема.

Суб'єкти ЗЕД (що безпосередньо здійснюють цю діяльність) поділяються на суб'єкти безпосереднього здійснення ЗЕД (фізичні, юридичні особи та різні об'єднання) та суб'єкти регулювання ЗЕД (державні органи влади, регіональні органи влади, об'єднання які регулюють діяльність всередині групи підприємств, міжнародні організації).

При цьому головною метою суб'єктів регулювання ЗЕД на національному рівні є забезпечення належного рівня конкурентоспроможності у міжнародному середовищі. Впровадження реформ, що забезпечать стимулювання розвитку та нарощування виробництва конкурентоздатної (на міжнародному ринку в тому числі) продукції. А також стимулювання розвитку інфраструктури, та системи взаємодії між державою та підприємствами. Окрім того, на суб'єкти регулювання, покладено роль контролю стану національного ринку, а також активізацію торгівлі на ньому, через засоби регулювання конкуренції та підтримку товаровиробників (антимонопольні комітети, державні закупівлі, укладення договорів про спрощення режимів торгівлі та інше).

Об'єктом зовнішньоекономічної діяльності є товари і послуги, що надаються, а також різні види ресурсів, такі як грошові, трудові, матеріальні ресурси, технології тощо. Задля досягнення підприємством конкурентоспроможного рівня на світовому рівні, зазначені види ресурсів повинні використовуватися найбільш ефективно.

З боку підприємства, здійснення ЗЕД має свої функції. Козак Ю. Г. [8] зазначає, що у світовій економіці ЗЕД виконує функції світового грошового обігу, забезпечує можливість визначення споживчої вартості товару, а також забезпечує отримання вигод від міжнародного поділу праці. Ці функції мають свій вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємств, але ці функції неможливо віднести до тих, що забезпечують здійснення ЗЕД підприємства. Функції ЗЕД на підприємстві мають дещо вужчий характер. Тож, однозначно не можна назвати ці функції такими, що вдовольняють функціям ЗЕД з позицій конкурентоспроможності підприємства.

Через те, що на світовому ринку діють вільні економічні відносини, це змушує підприємства стимулювати застосування технологій. Цей процес сприяє зниженню витрат на виробництво та підвищення рівня прибутку. Національні товаровиробники прагнуть успішної експансії на ринках Європи, де діють жорсткі вимоги до рівня екологічності виробництва та продукції (є важливим фактором для споживачів на Європейських ринках зокрема). Тим самим, прагнення влади, на національному рівні, стимулювати економічний розвиток для досягнення рівня розвинених країн, стимулює національних товаровиробників здійснювати постійні вдосконалення у різних сферах діяльності підприємств. А якщо, підприємство зацікавлене у збільшенні обсягів реалізації, менеджмент підприємства що здійснює ЗЕД, буде прагнути до стимулювання розвитку ключових елементів ЗЕД підприємства.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства через свої функції має забезпечувати для підприємства необхідний рівень конкурентоспроможності. Так, кожна з функцій виконує певні завдання, та покликана підвищувати якість функціонування підприємства, технологічний розвиток підприємства та використання найкращого досвіду міжнародних компаній у своїй діяльності (функція підтримки розвитку). Таким чином, функція підтримки розвитку на підприємстві дозволяє підвищувати рівень конкурентоспроможності на світових ринках.

Саме здійснення підприємством зовнішньоекономічної діяльності наражає його на ризики, що пов'язані з забезпеченням ефективності діяльності підприємства, фінансової стабільності та незалежності підприємства. Це пояснюється необхідністю фінансування розвитку підприємства. Тобто, для того, щоб підприємство мало надійну репутацію серед споживачів, партнерів та постачальників, йому необхідно протистояти ризикам, що спіткають підприємства.

Забезпечення здійснення управління процесами на підприємстві, з відстеженням ринкових тенденцій, контролем поточного стану всіх сфер діяльності підприємства для забезпечення необхідного рівня управління

ЗЕД, відповідно – вчасного прийняття необхідних управлінських рішень. Через здійснення підприємством зовнішньоекономічної діяльності підвищується його рівень конкурентоспроможності.

Й. Шумпетер [16] вважав, що необхідного рівня прибутку та конкурентоспроможності можна досягти через інноваційну діяльність підприємства. При цьому автор стверджував, що доки на підприємстві використовуються інновації воно є конкурентоздатним та буде отримувати прибуток від своєї діяльності.

О. Б. Чернишова [9] вважає, що конкуренція – це сукупність об'єктивних відносин, перш за все, економічних, між господарюючими суб'єктами в умовах ринку, що носять динамічний характер постійного суперництва товаровиробників за прихильність споживачів на основі певних переваг своєї продукції (послуг). Таке тлумачення поняття конкуренція відповідає поведінковому підходу.

У рамках ресурсного підходу, Азоев Г. Л. [1], визначає конкурентоспроможність підприємства, як здатність ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, що є результатом його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством. Тобто це здатність підприємства використовувати свої сильні сторони і концентрувати свої зусилля в тій галузі виробництва товарів або послуг, де воно може зайняти лідируючі позиції на внутрішньому і зовнішньому ринках.

У рамках динамічного підходу до конкурентоспроможності підприємства Омельченко О. В. [11] зазначав, що це здатність підприємства складати конкуренцію іншим господарюючим суб'єктам на певному ринку, є показником того, що підприємство виходить на якісно новий рівень своєї діяльності. Динамічна складова закладена у здатності підприємства за рахунок конкуренції на ринку виходити на якісно новий рівень свого розвитку.

З точки зору ресурсного підходу Пуцентейло П. Р. [13, с.82] розкриває дефініцію «конкурентоспроможність» через здатність підприємства використовувати внутрішній потенціал, через формування та розвиток конкурентних переваг відповідно до умов мікро- та макросередовища.

Малярець Л. М. та Норік Л. О. [10] стверджують, що конкурентоспроможність підприємства є відносною порівняльною характеристикою функціонування й розвитку підприємства в ринкових умовах на основі реалізації існуючих та створення нових конкурентних переваг, які забезпечують йому кращі результати діяльності.

Конкурентоспроможність підприємства реалізується через ефективне здійснення ним зовнішньоекономічної діяльності, а саме через отримання прибутку, достатнього для здійснення господарської діяльності та відтворення виробничого циклу. Конкуренція також розглядається Омельченко О. В. [11], через її функції регулювання, стимулюючу функцію, контроль, ціноутворення, розподілу, інноваційну.

Кадирус І. Г. [7] досліджував конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. Категорія «конкурентоспроможність підприємства» характеризується переліком наступних властивостей: порівнюваність, просторовість, динамічність, предметність, атрибутивність, системність, об'єктивність. Відповідно до виділених автором рис, можна зазначити що, для того, щоб порівнювати стан певного підприємства зі станом інших, стан обох необхідно оцінити. Таким чином, для того, щоб здійснювати управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства з позицій його конкурентоспроможності, необхідне порівняння з іншими підприємствами галузі, регіону, країни.

Для оцінки стану та спроможності певного підприємства до конкуренції, необхідно проводити аналіз конкурентів та ділового оточення підприємства, щоб визначити спроможність підприємства витримати конкуренцію, для визначення стратегії дії на зовнішньому ринку. Конкурентне та ділове оточення підприємства, створює підґрунтя для визначення галузевих особливостей конкурентоспроможності ЗЕД підприємства.

Будь-яке підприємство окрім мотивів задоволення потреб, керується необхідністю отримання прибутку, достатнього для фінансування розвитку, при найкращому сценарії розвитку, або підтримки функціонування, за гіршим сценарієм. При цьому, підприємствам щоб бути конкурентоспроможними, як на вітчизняному ринку так і на зовнішньому, необхідно нарощувати обсяги експорту продукції, яка дозволяє одержати найбільшу валютну виручку на одиницю затрат. Як казав Адам Сміт [14] імпортувати необхідно ті товари, власне виробництво яких викликало б найбільші затрати на одиницю вкладених валютних коштів у конкурентів. Економічно вигідно імпортувати ті товари, які порівняно з національними є або дорожчими, або нижчої якості.

Отже, необхідність оцінювання та аналізу експортної конкурентоспроможності та залежності від імпорту є обґрунтованою необхідністю сьогодення.

### **Список використаних джерел**

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. Монография. М.: Центр экономики и маркетинга. 1996. 208 с.
2. Беляева С. В., Зубкова Т. Л. Методика визначення конкурентоспроможності підприємства (практичний аспект). Інноваційна економіка. 2013. № 7 (45). С. 72-78.
3. Головень О. В., Клопов І.О. Економіко-математичне моделювання кадрово-інтелектуальної захищеності підприємства. Проблемы материальной культуры. 2013. С. 229-232. URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cqi>

4. Губерський Л.В., Вергун В.А., Головченко В.І. та ін. Українська дипломатична енциклопедія. 2 т. К.: Знання України, 2004. 812 с.
5. Експортна стратегія України: Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі на період 2017-2021 років. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-eksportnoyi-strategiyi-ukrayini-dorozhnoyi-karti-strategichnogo-rozvitku-torgivli-na-20172021-roki>
6. Економічний енциклопедичний словник: у 2 т. / [під ред. С. В. Мочерного]. – Львів: Світ. 2005. Т.1. 616 с.
7. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2014. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390>
8. Козак Ю. Г., Притула Н. В., Єрмакова О. А. та ін. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон: монографія Київ: Центр учбової літератури, 2016. 240 с.
9. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / [за заг. ред. О. Г. Янкового]. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
10. Македон В. В. Матричные методы в стратегическом менеджменте: анализ и методология применения. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. Вип. 19. Ч. 2. С. 54-57
11. Омельченко О. В. Теоретичні передумови стратегічного аналізу протистояння підприємств-конкурентів. Наукові праці МАУП. 2014. №. 1(40). С. 200–204.
12. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII // // Офіційний сайт Верховної Ради України. 1991 URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
13. Пуцентайло П. Р. Конкурентоспроможність підприємства: методологія аналізу дефініції. *Інноваційна економіка*. 2015. № 4 (59). С. 80-86.
14. Рибаківа Т. О. Стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства на засадах системи збалансованих індикаторів. Економічний вісник університету. 2015. Вип. 27(1). С. 81-87.
15. Шталь Т. В., Зосімова Ж. С. Наукові підходи до визначення поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. 2013. Вип. 1/1. Т. 18. С. 134-136. URL: [http://visnyk-onu.od.ua/journal/2013\\_18\\_1\\_1/30.pdf](http://visnyk-onu.od.ua/journal/2013_18_1_1/30.pdf)
16. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку. 1912. URL: <http://socioline.ru/book/j-shumpeter-teoriya-ekonomicheskogo-razvitiya>
17. Akram A. S. Al-Khaled Environment of International Business and its Significance / Akram A. S. Al-Khaled // International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. 2017. Vol. 7. №. 3. – p. 310-316.
18. Boddewyn J. J. Political Aspects of MNE Theory / Boddewyn Jean J. // Journal of International Business Studies. 1988. № 18 (3). p. 341-363. Access mode: <https://ssrn.com/abstract=2750162>
19. Lorraine Eden International Business, International Management, and International Strategy: What's in a Name? / Lorraine Eden, Li Dai, Dan Li // International Studies of Management and Organization. 2010. Vol. 40. № 4. p. 54-68. Access: <https://www.researchgate.net/publication/259855089>