

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ЧАСТИНИ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ANALYSIS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY AS A COMPONENT OF THE MECHANISM OF MANAGING THE COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISES

УДК 339.13

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-30>

Федоренко І.А.

д.е.н., професор,
завідувач кафедри міжнародного
бізнесу та фінансів
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут
Коломієць Ю.О.
магістрант
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Коломоїцева К.Ю.
магістрант
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Fedorenko Irina

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Kolomiets Yuliia

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Kolomoitseva Kateryna

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

У статті проаналізовано сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України у розрізі їх конкурентоспроможності на світовому ринку товарів та послуг. Визначено, що основою будь-якої конкурентної зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств є успішне здійснення імпортно-експортних операцій суб'єктами торгівлі, яке залежить від постійного оцінювання їх власних можливостей та регулярного розроблення заходів щодо підвищення конкурентоспроможності. У ході дослідження проведено аналіз основних показників конкурентоспроможності зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України; розглянуто обсяги імпорту та експорту товарів і послуг; визначено причини, що гальмують розвиток зовнішньоекономічної діяльності України; виявлено перспективи, які стимулюють експортні процеси та знижують рівень імпортозалежності України; сформовано механізм управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

Ключові слова: експорт, зовнішньоекономічна діяльність, зовнішня торгівля, імпорт, конкурентоспроможність, послуга, товар, торговельне підприємство.

В статье проанализировано современное состояние внешнеэкономической

деятельности торговых предприятий Украины в разрезе их конкурентоспособности на мировом рынке товаров и услуг. Определено, что основой любой конкурентной внешнеэкономической деятельности торговых предприятий является успешное осуществление импортно-экспортных операций субъектами торговли, которое зависит от постоянного оценивания их собственных возможностей и регулярной разработки мер по повышению конкурентоспособности. В ходе исследования проведен анализ основных показателей конкурентоспособности внешнеэкономической деятельности торговых предприятий Украины; рассмотрены объемы импорта и экспорта товаров и услуг; определены причины, которые тормозят развитие внешнеэкономической деятельности Украины; выявлены перспективы, которые стимулируют экспортные процессы и снижают уровень импортной зависимости Украины; сформирован механизм управления конкурентоспособностью торговых предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

Ключевые слова: экспорт, внешнеэкономическая деятельность, внешняя торговля, импорт, конкурентоспособность, услуга, товар, торговое предприятие.

The article analyzes the current state of foreign economic activity of trade enterprises of Ukraine in terms of their competitiveness in the world market of goods and services. It has been determined that the basis of any competitive foreign economic activity of trade enterprises is the successful implementation of import and export operations by trade entities, which depends on a constant assessment of their own capabilities and the regular development of measures to increase competitiveness. In the course of this study, the analysis of the main indicators of the competitiveness of foreign economic activity of trade enterprises of Ukraine was carried out; considered the volumes of import and export of goods and services; determined the reasons that hinder the development of foreign economic activity of Ukraine; identified prospects that will help to stimulate export processes and to reduce the level of import dependence in Ukraine; a mechanism for managing the competitiveness of trade enterprises engaged in foreign economic activity has been formed. In this study, an analytical review of Ukraine's foreign trade competitiveness was carried out in the context of studying the following indicators of foreign trade: the volume of exports of goods and services; the volume of imports of goods and services; foreign trade turnover; foreign trade balance; export coverage ratios for imports of goods and services; share in total exports of a specific country or product group; share in total imports of a specific country or product group. As a result, the article identifies the main reasons for the extensive development of foreign trade processes in Ukraine, ranging from the lack of sufficient capital investments for the production of export-oriented volumes of goods and services and ending with the rejection of Ukrainian products on the world market. The main direction of stimulating export production by government and reducing the level of import dependence of Ukraine in order to improve competitiveness of trade enterprises has been determined. As a result, it was concluded that it is necessary to design a mechanism for managing the competitiveness of trade enterprises.

Key words: export, foreign economic activity, foreign trade, import, competitiveness, service, goods, trade enterprise.

Постановка проблеми. У сучасних умовах необхідність вивчення зовнішньоекономічної діяльності як складової частини механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств України обумовлена тим, що формування розвинутої ринкової економічної системи країни вимагає її інтеграції у світовий економічний простір. У зв'язку з цим аналіз зовнішньоекономічної діяльності є невід'ємною частиною успішного існування та розвитку торговельних підприємств, тому зумовлює актуальність та доцільність проведення дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний стан та тенденції розвитку зовнішньоекономічної діяльності та конкурентоспроможності торговельних підприємств України досліджували такі вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти, як В.П. Далик, Н.І. Дуляба [2], А.О. Задоя [3], Н.Г. Калюжна [4], С.П. Кулицький [5], О.В. П'янова, О.С. Ралко [6].

У результаті проведених досліджень вченими виявлено деякі проблеми структурних змін і пріоритетів в контексті зовнішньоекономічної діяль-

ності як складової частини механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств України, а також розглянуто питання трансформації української зовнішньої торгівлі на сучасному етапі. Однак слід відзначити, що в роботах немає єдиного механізму управління конкурентоспроможністю.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає в аналізі зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України та створенні економічного механізму управління їх конкурентоспроможністю.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності як складової частини механізму управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств України має проводитися шляхом дослідження основних показників її зовнішньоторговельної діяльності, якими є обсяг експорту товарів і послуг; обсяг імпорту товарів і послуг; зовнішньоторговельний обіг; сальдо зовнішньої торгівлі; коефіцієнти покриття імпорту експортом товарів і послуг; частка в загальному обсязі експорту конкретної країни або товарної групи; частка в загальному обсязі імпорту окремої країни або товарної групи. Їх аналіз проводиться на основі статистичних даних Державної служби статистики України за 2017–2019 роки [7, с. 49].

Оскільки метою управління конкурентоспроможністю є ефективне використання конкурентних переваг і забезпечення випуску продукції, яка відповідає заданим вимогам конкуренції на ринку за мінімізації витрат, з урахуванням інтересів споживача й вимог безпеки та екологічності продукції, то необхідно визначити, яка саме продукція є пріоритетною.

Характеризуючи загальну вартість експорту та імпорту товарів і послуг в Україні, можемо відзначити наявність переважно позитивної тенденції. Наприклад, у 2019 році порівняно з попереднім роком було експортовано та імпортовано більше товарів і послуг на 11,8% і 6,7% відповідно. У 2017 році спостерігалась така ж тенденція (16,6% і 23,6% відповідно). Загалом експорт товарів за 2017–2019 роки склав 140 654,3 млн. доларів, що в 3,7 разів більше експорту послуг, а імпорт товарів – 167 595,0 млн. доларів, що у 8,9 разів більше імпорту послуг. Таким чином, у нас є поступове зростання експортних можливостей України та зниження потреби в імпортованих товарах та послугах, що підвищує рівень конкурентоспроможності країни у світі.

У 2019 році Україна експортувала товарів на 5,7% більше, ніж у попередньому році, а імпортувала – на 6,3% більше. Таке зростання частково пов'язано зі збільшенням кількості суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також країн-партнерів. Так, за 2017–2019 роки кількість екс-

портерів збільшилась на 207 фірм, імпортерів – на 4 466 фірм, а країн-партнерів з імпорту – на 12 країн.

Порівняно з 2018 роком експорт послуг у 2019 році зріс на 34,3%, а імпорт – на 10%. За 2017–2019 роки до експорту послуг долучились 2 695 нових підприємств, а до імпорту – 1 702 підприємства. При цьому 3 країни зменшили обсяг експорту послуг, тоді як 10 нових долучились до імпорту.

Якщо ми подивимось на зовнішню торгівлю товарами, то побачимо, що, наприклад, у 2019 році обсяг річної вартості імпорту був в 1,21 рази більше експорту, причиною чого стало перевищення імпорту над експортом у 1,21 рази в країнах ЄС. Ситуація із зовнішньою торгівлею послугами зовсім протилежна товарам. Загальна вартість експорту послуг більше імпорту у 2,25 разів, що обумовлено його перевагою в країнах ЄС у 1,20 рази, а також їх активним розвитком у світі. У попередні роки спостерігаються аналогічні тенденції.

Показники сальдо зовнішньої торгівлі України за 2017–2019 роки виглядають таким чином. Загальний баланс товарів і послуг у 2019 році був негативним (-3 689,1 млн. доларів), що свідчить про перевищення вартості імпорту товарів і послуг над відповідним експортом. Якщо розглядати зовнішньоторговельне сальдо товарної групи, то за 2017–2019 роки спостерігалась стабільно негативна тенденція. Як зазначалося раніше, на відміну від товарів, щодо послуг спостерігається зворотна тенденція стосовно різниці між обсягами експорту та імпорту. Зовнішньоторговельний обіг товарів та послуг за 2017–2019 роки показаний на рис. 1.

На основі вартості експорту та імпорту товарів і послуг розраховується коефіцієнт покриття імпорту експортом, про який можна судити як за позитивним, так і за негативним сальдо зовнішньоторговельного обігу України. Наприклад, у 2019 році коефіцієнт покриття імпорту послуг експортом склав 2,25, отже, відповідний баланс позитивний. Навпаки, в тому ж році коефіцієнт для групи «товари й послуги» дорівнював 0,95. Таким чином, вартість імпорту перевищує над експортом, а це говорить про негативний торговий баланс.

Список країн-партнерів України в розрізі експортно-імпортних відносин досить великий. Так, найбільш активний і дорогий експорт товарів у 2018–2019 роки Україна здійснювала в такі країни, як Єгипет, Індія, Іспанія, Італія, Китай, Нідерланди, Німеччина, Польща (рис. 2). Наприклад, у 2019 році експорт товарів до Китаю склав 3 593,1 млн. доларів за середньої вартості експорту товарів за групою вибраних країн у 2 518,0 млн. доларів.

Країнами-партнерами, з яких Україна імпортує найбільші обсяги товарів, також є Італія,

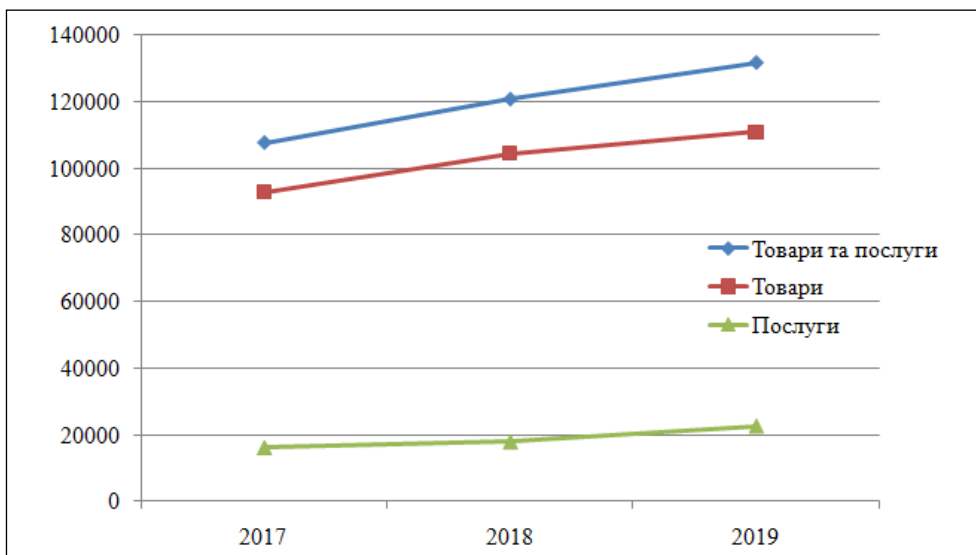


Рис. 1. Український зовнішньоторговельний обіг, млн. дол.

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [7, с. 9]

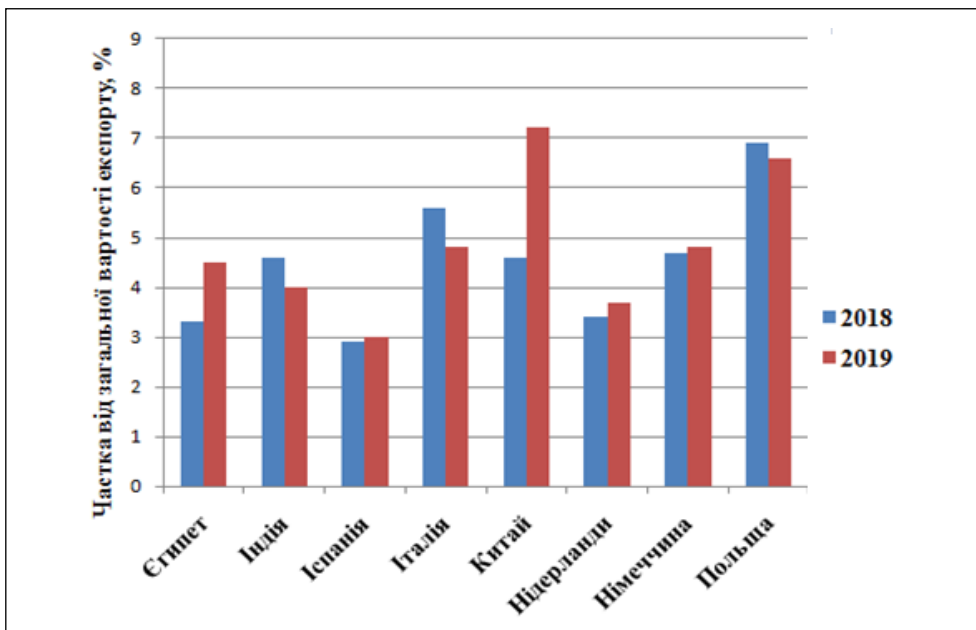


Рис. 2. Основні країни-партнери України в експорті товарів у 2018–2019 роках

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [7, с. 24]

Китай, Німеччина, Польща, до яких приєднались Білорусь, США, Туреччина, Франція та Швейцарія (рис. 3). Наприклад, обсяг імпорту товарів з Китаю у 2019 році склав 9 204,8 млн. доларів, а з Німеччини він перевищив 5 000 млн. доларів з огляду на те, що середній обсяг імпорту товарів у 2018–2019 роках склав 3 894,6 і 4 099,7 млн. доларів відповідно.

Найменші обсяги товарів Україна експортує таким країнам-партнерам, як Аргентина, Гайана, Гвінея, Еквадор, Ісландія, Колумбія, Люксембург і Хорватія. Найменший імпорт товарів в нашу кра-

їну надходить з Ефіопії, Ємену, Іраку, Катару, Кенії, Лівану, Лівії, Нігерії, Сенегалу та Судану.

До країн, у які Україна експортує найбільші обсяги послуг, можна віднести Ізраїль, Кіпр, Нідерланди, Німеччину, ОАЕ, Польщу, Великобританію, США та Швейцарію (рис. 4). При цьому спостерігалась тенденція до щорічного збільшення вартості експортованих послуг у наведених країнах, а найбільшими споживачами українських послуг були США і Швейцарія (1 288 492,2 та 985 990,5 тис. доларів відповідно, 2019 рік).

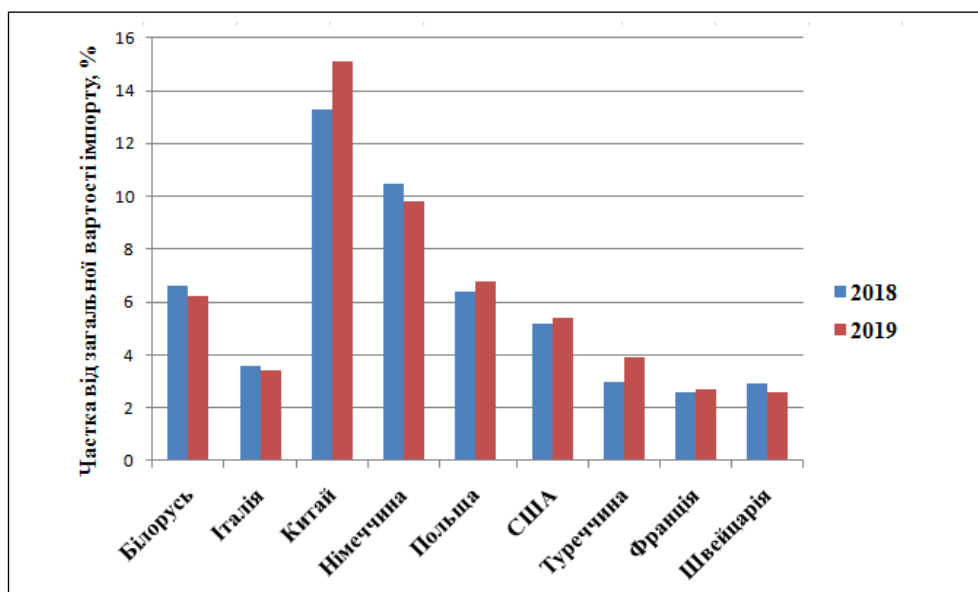


Рис. 3. Основні країни-партнери України в імпорті товарів у 2018–2019 роках

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [7, с. 24]

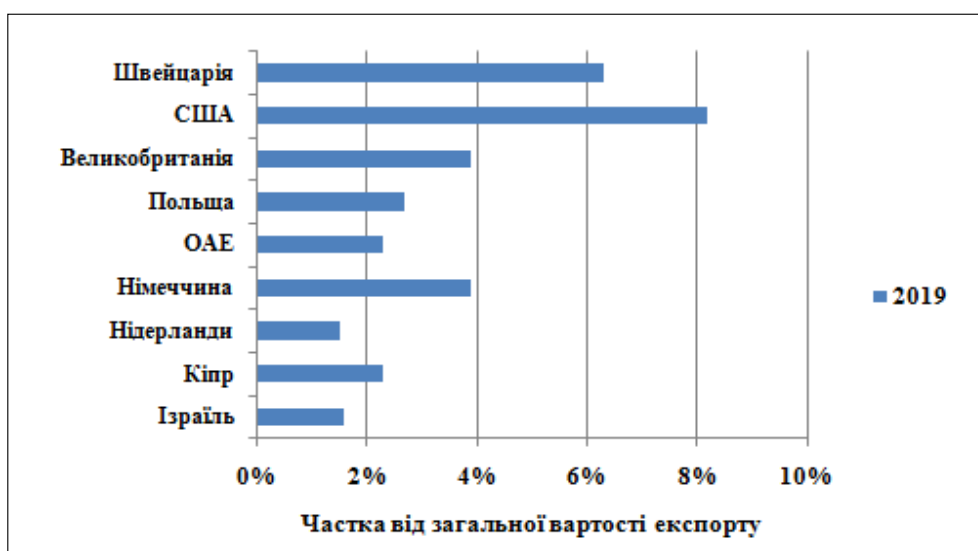


Рис. 4. Основні країни-партнери України в експорті послуг у 2019 році

Найбільші обсяги імпорту послуг спостерігаються з наведених вище країн, за винятком Ізраїлю, Нідерландів та ОАЕ. До основних імпортерів послуг можна також додати Ірландію, Китай та Туреччину (рис. 5). Середня вартість послуг з імпорту для цієї групи у 2018 році склала 349 003,1 тис. доларів, а у 2019 році – 390 231,5 тис. доларів. Можна також виділити Великобританію з річним обсягом імпорту послуг в Україну у 2019 році у 610 773,8 тис. доларів.

Україна експортує дуже невеликі обсяги послуг в такі країни, як Буркіна-Фасо, Джибуті, Камбоджа, Лаоська НДР, Малі, Руанда, Святий Престол, Сомалі, Уругвай і Ямайка. Водночас Україна імпортує дуже мало послуг з Белізу, Гвінеї, Джерсі, Кам-

боджі, Камеруну, Конго, Кот-Д'Івуару, Маршаллових Островів, Сент-Кітс і Невіс та Сьєрра-Леоне.

Отже, базуючись на вищенаведених даних, відзначаємо, що найближчими партнерами України, але водночас і конкурентами є країни ЄС та Китай, отже, саме з цими країнами потрібно розвивати подальші відносини задля підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств на світовому ринку як товарів, так і послуг.

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [7, с. 116]

Щодо аналізу структури українського експорту товарів і послуг, то він дає можливість визначити, по-перше, яким попитом користуються конкретні види товарів і послуг, по-друге, резерви зрос-

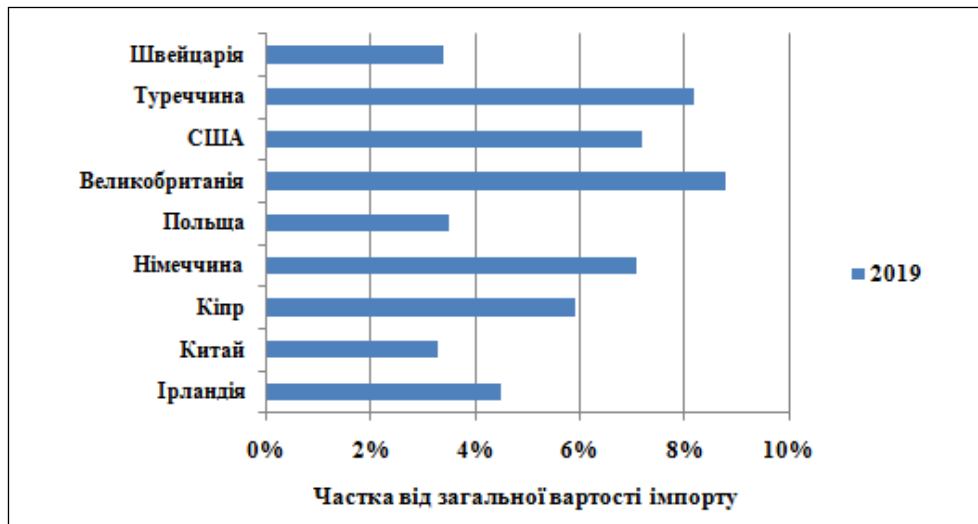


Рис. 5. Основні країни-партнери України в імпорті послуг у 2019 році

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [7, с. 116]

тання цього попиту. Отже, буде чітко зрозуміло, які товари й послуги країна не зможе виробляти в достатніх кількостях для задоволення власних потреб сьогодні і в найближчому майбутньому через брак сировини й виробничих потужностей, а які зможе. Ця структура деякою мірою демонструє рівень конкурентоспроможності на світовому ринку товарів і послуг.

Аналіз структури товарного експорту показав, що найбільші частки у 2018–2019 роках мали промислові товари, класифіковані головним чином за видом матеріалу, та харчові продукти й живі тварини, напої та тютюн [7, с. 95]. Середня частка в загальному обсязі експорту товарів за цими двома товарними категоріями склала 24,4% і 29,6% відповідно за аналізований період. Найменша частка в загальному експорті товарів припадала на мінеральне паливо, мастила та аналогічні матеріали (1,72%), а також на товари й операції, не включені в інші категорії МСТК (0,45%).

Інформація щодо товарної структури імпорту України відображає його найбільшу частку в групах «Машинне і транспортне устаткування» і «Мінеральне паливо, мастила та аналогічні матеріали» (в середньому 30,5% і 21,7% відповідно за 2018–2019 роки). Найменшу частку в загальному обсязі імпорту товарів отримали тваринні й рослинні олії, жири та воски (0,4%). Це пов'язано з високим рівнем самозабезпеченості країни цими видами продукції та відносним розвитком нафтопереробної промисловості.

У розрізі експорту послуг з України найбільшим попитом користуються транспортні послуги, загальна вартість яких у 2019 році зросла на 55,7% порівняно з 2018 роком, притому, що середня частка експорту цієї групи послуг у загальному обсязі експорту послуг України склала 54,3%. Друге місце посідають послуги у сфері телеко-

мунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги (16,5%), а найменше Україна експортує державні та урядові послуги, послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги, роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності (менше 0,5%).

Найменше Україні потрібно імпортувати послуги з переробки матеріальних ресурсів, послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги, а також послуги з будівництва. Найбільші обсяги імпорту послуг спостерігаються в категоріях «Транспортні послуги», «Ділові послуги» та «Послуги, пов'язані з подорожами». Їх середня частка за 2018–2019 роки склала 22,9%, 20,8% і 17,2% відповідно. Однак якщо в першій та третій групах спостерігається зростання цих вартостей порівняно з минулим роком на 6,4% і 31,2% відповідно, то щодо ділових послуг, навпаки, відбулося зниження на 2,0%, що вказує на поступовий розвиток бізнесу, підвищення кваліфікації працівників на території України, їх краще розуміння бізнес-процесів, відповідно, створення більш конкурентного середовища.

Таким чином, за провідними категоріями як з точки зору експорту, так і щодо імпорту спостерігається тенденція до активізації зовнішньоекономічної діяльності України, отже, до підвищення рівня її конкурентоспроможності та визнання на світовому ринку товарів та послуг.

Аналіз зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств проводиться для оцінювання власних можливостей на ринку товарів та послуг, розроблення заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства, а також забезпечення максимального прибутку.

На підставі оцінювання стану торговельного підприємства, а також з урахуванням аналізу впливу факторів зовнішнього й внутрішнього

середовища підприємства встановлюється стратегічна мета, якою може бути досягнення стійкого зростання прибутку. Ця стратегічна мета може бути розділена на такі підцілі: збільшення частки ринку, збільшення обсягу продажів, підвищення ціни, зниження витрат на виробництво продукції. Їх досягнення буде здійснюватися шляхом реалізації певних стратегій на відповідних управлінських рівнях підприємства.

Після етапу обґрунтування цілей і розроблення конкурентної стратегії настає етап її реалізації. Виконання будь-якої стратегії передбачає проведення необхідних змін, без яких навіть найкраща, на думку торговельного підприємства, стратегія може зазнати поразки. Найбільш часто ці зміни зачіпають місію підприємства та організаційну структуру управління. Під час розроблення механізму управління конкурентоспроможністю необхідно також враховувати зміну соціальних, політичних, демографічних, екологічних та інших умов.

Ґрунтуючись на наведених вище даних, ми розробили загальний механізм управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств України для ринку товарів та послуг (рис. 6).

Висновки з проведеного дослідження.

На підставі проведеного аналізу зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України у розрізі конкурентоспроможності визначено, що країна має як експортний потенціал, так і залежність від імпорту за окремими категоріями товарів і послуг. Виявлено, що торговельні підприємства співпрацюють здебільшого з країнами ЄС та Китаєм. При цьому Україна має зовнішньоторговельні зв'язки й наміри співпрацювати як з більш розвиненими країнами світу, так і з країнами з низьким економічним потенціалом. Виявлено, що аналіз зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств проводиться для оцінювання власних можливостей, забезпечення максимального прибутку, а також розроблення заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства. Зроблено висновок про те, що тільки комплексний механізм управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств України дасть змогу покращити їх зовнішньоекономічну діяльність в мінливих умовах зовнішнього середовища України.



Рис. 6. Механізм управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств України

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [1, с. 134]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бондар В.Ю. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. *Розвиток підприємництва як фактор росту національної економіки* : праці XIII міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 26 листопада 2014 року). Київ : НТУУ «КПІ», 2014. С. 134.
2. Далик В.П., Дуляба Н.І. Зовнішня торгівля України: реалії та перспективи розвитку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 7. Ч. 1. С. 110–113.
3. Задоя А.О. Зовнішня торгівля України: сучасні масштаби, структура і тенденції. *Академічний огляд*. 2016. № 2 (45). С. 110–117.
4. Калюжна Н.Г. Зовнішня торгівля України: методологія дослідження. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2017. № 1. С. 16–31.
5. Кулицький С.П. Питання трансформації української зовнішньої торгівлі на сучасному етапі. *Україна: події, факти, коментарі*. 2015. № 23. С. 49–59.
6. П'янкova О.В., Ралко О.С. Зовнішня торгівля України: проблематика структурних змін та пріоритетів. *Економіка і суспільство*. 2016. № 5. С. 65–71.
7. Зовнішня торгівля України : статистичний збірник / ред. А.О. Фризоренко. Київ : Державна служба статистики України, 2020. 166 с.

REFERENCES:

1. Bondar V.Yu. (2014) *Efektivnist zovnishnoekonomichnoi diialnosti vitchyznianskykh pidpriemstv [Efficiency of foreign economic activity of domestic enterprises]*. Development of entrepreneurship as a factor of growth of the national economy : works of the XIII intern. scient.-pract. conf., Kyiv: NTUU "KPI".

ciency of foreign economic activity of domestic enterprises]. *Development of entrepreneurship as a factor of growth of the national economy* : works of the XIII intern. scient.-pract. conf., Kyiv: NTUU "KPI".

2. Dallyk V.P., Duljaba N.I. (2016) *Zovnishnja torghivlja Ukrainy: realiji ta perspekty vyrozvytku [Foreign trade of Ukraine: realities and prospects of development]*. *Scientific Bulletin of Uzhgorod national University*, vol. 7, pp. 110–113.

3. Zadoja A.O. (2016) *Zovnishnja torghivlja Ukrainy: suchasni masshtaby, struktura i tendenciji [Foreign trade of Ukraine: current scale, structure and trends]*. *Academic review*, no. 2 (45), pp. 110–117.

4. Kaljuzhna N.G. (2017) *Zovnishnja torghivlja Ukrainy: metodologhija doslidzhennja [Foreign trade of Ukraine: research methodology]*. *Foreign trade: economics, finance, law*, no. 1, pp. 16–31.

5. Kulyckyj S.P. (2015) *Pytannja transformaciji ukrajinskoji zovnishnjoji torghivli na suchasnomu etapi [Issues of transformation of Ukrainian foreign trade at the present stage]*. *Ukraine: events, facts, comments*, no. 23, pp. 49–59.

6. P'jankova O.V., Ralko O.S. (2016) *Zovnishnja torghivlja Ukrainy: problematyka strukturykh zmin ta priorytetiv [Foreign trade of Ukraine: problems of structural changes and priorities]*. *Economy and society*, vol. 5, pp. 65–71.

7. Fryzorenko A.O. (2020) *Zovnishnja torghivlja Ukrainy: statystychnyj zbirnyk [Foreign trade of Ukraine: statistical collection]*, Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy.