

ВПЛИВ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

©2023 ЗВАРИЧ І. Т., ЗВАРИЧ О. І.

УДК 338.43:339.56.55 (477):061.1ЄС

JEL Classification: F5

Зварич І. Т., Зварич О. І.

Вплив торговельно-економічних відносин України та Європейського Союзу на конкурентоспроможність вітчизняних суб'єктів господарювання

У статті висвітлено вплив торговельно-економічних відносин між Україною і Європейським Союзом на конкурентоспроможність вітчизняних компаній. При цьому із використанням системного та синергетичного підходів, методів аналізу і синтезу, індукції та дедукції, історичного, компаративного, порівняльного та контент-аналізу з'ясовано, що стосунки між ними розпочались у грудні 1991 року, коли Міністр закордонних справ Нідерландів як головуючої у ЄС держави у листі від його імені офіційно визнав незалежність України, політика якої із розбудови із ним довгострокових стосунків здійснюється на основі Закону України від 1 липня 2010 року «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики», згідно із положеннями статті 11 якого «... забезпечення інтеграції України у європейський політичний, економічний та правовий простори» є однією із визначальних засад зовнішньої політики нашої держави. У результаті введення в дію Зони вільної торгівлі між Україною і ЄС наша держава отримала торговельні преференції у вигляді безмитних тарифних квот для 36 видів товарів, за чотирма видами із яких були встановлені додаткові обсяги їх поставки на європейські ринки. Водночас, незважаючи на винятково несприятливі економічні обставини, товарна структура експорту України до Євросоюзу залишається загалом сталою. Близько його третини займає продукція сільськогосподарства та харчової промисловості, на другому місці – чорні метали і вироби із них, на третьому – електричні та механічні машини. Що стосується послуг, то у структурі їх експорту поруч із переробкою різних матеріальних ресурсів переважають насамперед інформаційно-комунікаційні та транспортні. При цьому у 2020 році частина держав Європейського Союзу у зовнішній торгівлі України становила 40,7 %, отже, вона уникла такого принизливого для неї статусу, як сировинний придаток Європейського Союзу, та стала його повноцінним партнером у торгівлі товарами і послугами. Одночасно із цим, за підсумками 2022 року, загальні обсяги товарів із України до Євросоюзу зросли порівняно із 2021 роком на 4,2 % та досягли понад 28 млрд доларів США. Водночас із цим у цій роботі обґрунтовано, що, крім зовнішньої торгівлі, на конкурентоздатність вітчизняних підприємств впливають й інші чинники, а це потребує, щоб вони володіли належним для цього потенціалом, наявність якого дає можливість тому чи іншому суб'єкту господарювання у процесі його виробничої, комерційної або іншої діяльності створити відповідні конкурентні переваги, що, своєю чергою, забезпечує підвищення їх конкурентоспроможності. Врахування цього має винятково важливе значення для подальшого розширення підприємствами виробництва і на цій основі збільшення їх прибутків із метою їх спрямування на підвищення добробуту працюючих та їх родин, що є особливо важливим в умовах послідовної інтеграції України до Європейського Союзу.

Ключові слова: держава, Європейський Союз, конкурентоспроможність (здатність), конкурентоспроможність та перевага, «національний ромб».

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-2-16-23>

Рис.: 2. **Бібл.:** 32.

Зварич Ігор Теодорович – доктор політичних наук, професор, професор кафедри менеджменту і маркетингу, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника (вул. Шевченка, 57, Івано-Франківськ, 76018, Україна)

E-mail: Zvarych2810@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2033-5054>

Зварич Олена Ігорівна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри обліку та оподаткування, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника (вул. Шевченка, 57, Івано-Франківськ, 76018, Україна)

E-mail: lenu_zl@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5088-7565>

UDC 338.43:339.56.55 (477):061.1ЄС

JEL Classification: F5

Zvarych I. T., Zvarych O. I. The Impact of Trade and Economic Relations Between Ukraine and the European Union on the Competitiveness of Domestic Business Entities

The article highlights the impact of trade and economic relations between Ukraine and the European Union on the competitiveness of domestic companies. At this, using the system and synergistic approaches, methods of analysis and synthesis, induction and deduction, historical, comparative, comparative and content analysis, it was found that relations between them began in December 1991, when the Minister of Foreign Affairs of the Netherlands, as the EU presidency, in a letter on his behalf officially recognized Ukraine's independence, whose policy of building long-term relations is carried out on the basis of the Law of Ukraine of July 1, 2010 «On the Principles of Domestic and Foreign Policy», according to the provisions of Article 11 of which «... ensuring Ukraine's integration into the European political, economic and legal space» is one of the defining principles of our country's foreign policy. As a result of the introduction of the Free Trade Area between Ukraine and the EU, our country received trade preferences in the form of duty-free tariff quotas for 36 types of goods, four types of which were set

additional volumes of their supply to European markets. At the same time, despite exceptionally unfavorable economic circumstances, the commodity structure of Ukraine's exports to the European Union remains generally stable. About a third of it is occupied by agricultural and food industry products, in second place – ferrous metals and products from them, in third – electrical and mechanical machines. As for services, the structure of their exports, along with the processing of various material resources, is dominated primarily by information-communication and transport services. At the same time, in 2020, the part of the European Union countries in Ukraine's foreign trade amounted to 40.7 %, therefore, it avoided such a humiliating status as a raw material appendage of the European Union and became its full-fledged partner in trade in goods and services. Further, at the end of 2022, the total volume of goods from Ukraine to the European Union increased by 4.2% compared to 2021 and reached more than \$ 28 billion. The article substantiates that, in addition to foreign trade, the competitiveness of domestic enterprises is influenced by other factors, requiring the appropriate potential, the presence of which enables one or another business entity in the process of its production, commercial or other activities to create appropriate competitive advantages, which, in turn, ensures an increase in their competitiveness. Taking this into account is extremely important for further expansion of production by enterprises and, on this basis, increasing their profits in order to direct them to improving the welfare of workers and their families, which is especially important in the context of Ukraine's consistent integration into the European Union.

Keywords: the State, European Union, competitiveness (capability), competitiveness and advantage, «national rhombus».

Fig.: 2. **Bibl.:** 32.

Zvarych Ihor T. – Doctor of Sciences (Politics), Professor, Professor of the Department of Management and Marketing, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University (57 Shevchenko Str., Ivano-Frankivsk, 76018, Ukraine)

E-mail: Zvarych2810@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2033-5054>

Zvarych Olena I. – Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, Professor of the Department of Accounting and Taxation, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University (57 Shevchenko Str., Ivano-Frankivsk, 76018, Ukraine)

E-mail: lena_zl@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5088-7565>

Вступ. Відносини між Україною та Євросоюзом розпочалися у грудні 1991 року, коли Міністр закордонних справ Нідерландів як головної у ньому держави у листі від його імені офіційно визнав незалежність України, стосунки із яким здійснюються нею на основі Закону України від 1 липня 2010 року «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» [2], у статті 11 якого наголошено, що «... забезпечення інтеграції України в європейський політичний, економічний та правовий простори» є однією із основоположних засад її зовнішньої політики.

У результаті введення в дію окремої Зони вільної торгівлі між Україною і Європейським Союзом [28] наша держава отримала торговельні преференції у вигляді безмитних тарифних квот для 36 видів товарів, за чотирма видами із яких були встановлені додаткові обсяги їх поставки на європейські ринки. Одночасно, незважаючи на несприятливі економічні обставини, товарна структура експорту України до Євросоюзу залишається сталою. Близько його третини займає продукція сільського господарства та харчової промисловості, на другому місці – чорні метали і вироби із них, на третьому – електричні та механічні машини. Що стосується послуг, то у загальній структурі їх експорту поруч із переробкою матеріальних ресурсів на сьогодні переважають інформаційно-комунікаційні та транспортні.

Водночас дуже важливо зазначити, що на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств, окрім зовнішньої торгівлі, справляє вплив і значна кількість інших чинників, а це потребує, щоб вони володіли відповідним для цього потенціалом, наявність якого дає реальну можливість тому чи іншому із них у процесі їхньої виробничої, комерційної або ж іншої діяльності створити відповідні конкурентні переваги та цим, своєю чергою, забезпечується значне підвищення їх конкурентоспроможності [10; 14]. Отже, системно досліджуючи їх інтегровані конкурентні

переваги та їхні основні джерела та типи, із погляду на обмежену доступність необхідної для цього інформації, застосовують методи, які зазвичай дають вкрай розрізнену оцінку одержаних результатів, на основі яких і доводиться формувати обґрунтовані пропозиції, залежні від рівня набутих працівниками знань та від досвіду їхньої діяльності у певному напрямку.

Постановка проблеми та її зв'язок із найважливішими науковими і практичними завданнями. Відповідно до положень Конституції та Закону України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» [1; 2] 21 березня 2014 року було підписано політичну частину Угоди між Україною та Європейським Союзом, а 27 червня – її економічну складову [30; 32]. У цей час її виконання здійснюється на основі затвердженого Кабінетом Міністрів України 17 вересня 2014 року Плану заходів із її імплементації на 2014–2017 роки, який оновлений 25 жовтня 2017 року [4]. Забезпечення процесу інтеграції України до Євросоюзу визначено і серед основних цілей затвердженої Президентом України 14 вересня 2020 року Стратегії національної безпеки України [3], отже, вивчення стану виконання цих документів має не лише теоретичне, а і практичне значення.

У продовження цього дослідження зазначимо, що деякі автори поділяють чинники впливу на його конкурентоспроможність на три групи: поставлені цілі, різні ресурси у його розпорядженні та чинники зовнішнього середовища [21], а Томпсон А. і Стрікленд А. Дж. натомість виділяють такі чинники, як: ресурси, характеристику та якість продукції; імідж (репутацію) підприємства; відповідні виробничі потужності; використання відповідних технологій; дилерську мережу і можливість її подальшого розширення; інноваційність; різні фінансові ресурси; витрати порівняно із конкурентами; обслуговування клієнтів тощо [14–17; 25].

Згідно із цим висока конкурентоспроможність суб'єктів господарювання потребує наявності в них відповідного потенціалу. Його формування пов'язане із їхніми ресурсами, що використовуються для досягнення поставленої мети та при цьому утворюються у процесі їхнього розвитку, а серед необхідних ресурсів потрібно виділити насамперед саме такі, як виробничі, кадрові, технологічні й основні виробничі засоби; матеріальні, а серед них – як матеріали і сировину, так і комплектуючі виробів та запасні частини до них і паливно-мастильні ресурси), фінансові, зокрема, власний та позичковий капітал і нематеріальні активи тощо, наявність яких надає можливість тому чи іншому суб'єкту господарювання у процесі його діяльності створювати відповідні конкурентні переваги, що, своєю чергою, забезпечує підвищення його конкурентоздатності. Отже, дослідження цих процесів має вагоме як теоретичне, так і практичне значення, зважаючи і на послідовну побудову в Україні сучасних цивілізованих ринкових стосунків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На наше переконання, наводити окремі праці стосовно стану та перспектив, і проблем торговельно-економічних відносин між Україною і Європейським Союзом та їх впливу на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання із їх широкого загалу, які вже віддавна увійшли у вітчизняний науковий простір, що активно поповнюється особливо останнім часом, необхідності немає. Вони знайшли своє відображення у нормативно-правових актах [1–9], висвітлюються у численних публікаціях, серед яких варто виділити праці із проблем зовнішньої торгівлі таких учених, як І. Благун, М. Джаман, М. Долішній, М. Лендзел, І. Чичкало-Кодрацька [10; 12; 16; 19; 20], І. Валлерстайн, Р. Флоріда [22; 26] і з питань конкурентоздатності господарських структур – таких як А. Войчак, В. Дикань, Л. Дмитришин, І. Кадирус, Р. Камишніков, Т. Пономарьова, О. Янковий [11; 13–15; 17; 18; 21], Кш. Облой, М. Юдж. Портер, А. Дж. Стрікленд, А. Томпсон [23–25], у яких глибоко висвітлюються процеси досягнення відповідного рівня їх конкурентоспроможності, в електронних та інших джерелах [27–32].

Однак, зважаючи на їхню значну динамічність у часі, їх системні дослідження все ж не втрачають своєї актуальності, що і стало визначальною метою та основним завданням пропонованої наукової розвідки. Одночасно потребують детального системного дослідження визначальні питання належної класифікації відповідних конкурентних переваг та групування їхніх основних чинників (детермінант), як і їх різних типів та джерел їхнього походження, висвітлення вимог, які зазвичай висуваються до них, більш чіткої градації внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг та їх групування на переваги низького і високого порядку, та визначення умов для їхньої належної реалізації та взаємозв'язку пошуку і формування їхніх джерел та стратегічної мети суб'єкта господарювання, і деякі інші, у тому числі характеристики і такого поняття, як «конкурентостабільність», тощо. *Отже, системне дослідження цих проблем і є метою та завданням цієї статті.*

Виклад найосновніших результатів і їхнє обґрунтування. Інтеграційні прагнення нашої держави були задекларовані ще 2 липня 1993 року у постанові Верховної Ради України «Про основні напрями зовнішньої політики

України» [5]. Відповідні положення відносно підтвердження курсу України на інтеграцію до ЄС містяться у її Заяві від 22 лютого 2002 року із приводу започаткування переговорів між Україною і Європейським Союзом відносно укладення нового договору [6] та у постанові від 13 березня 2014 року № 274-VII [8], і у постановах від 15 листопада 2011 року [7] та від 28 листопада 2022 щодо рекомендацій парламентських слухань із питань стану у перспектив подальшого розвитку економічних відносин України із ЄС та Митним союзом [9]. Зазначимо і те, що Україна як європейська держава, яка поділяє спільні історію та цінності із усіма іншими країнами Європи, має законодавче право відповідно до статті 49 Договору про Європейський Союз [27] на подання заявки на набуття членства у ньому, на підставі чого така заявка і була подана нею 28 лютого 2022 року.

Водночас, незважаючи на несприятливі економічні обставини, товарна структура експорту України впродовж останніх років все ж залишалась сталою. Близько його третини займають як сільське господарство, так і харчова промисловість, на другому місці – чорні метали та вироби із них і на третьому – електричні та механічні машини. Відносно ж послуг, то у структурі їх експорту поруч із переробкою різноманітних матеріалів переважають головним чином такі як інформаційно-консультаційні, а також транспортні [12; 19; 20; 31; 32].

Водночас істотним чинником, що стримує зовнішню торгівлю України, залишається сертифікація вітчизняної продукції за європейськими стандартами та низькі квоти на деякі товарні групи [12; 19; 31; 32]. Ще однією проблемою є структура українського експорту, у якій переважають товари із низьким рівнем обробки, отже, для України довгий час зберігався ризик стати сировинним додатком Євросоюзу. Не менш значна проблема – істотні труднощі із пошуком нових перспективних ділових (торговельних) партнерів у Євросоюзі, що є характерним як для крупного, так і малого підприємництва [19; 20; 29; 32].

Попри це, у 2020 році частка держав ЄС у зовнішній торгівлі України складала 40,7%, тобто вона уникла такого надто принизливого статусу, як сировинний додаток Європейського Союзу, стала його повноцінним партнером у торгівлі товарами та послугами. Одночасно, за підсумками 2022 року, сукупний обсяг експорту товарів з України до Європейського Союзу зріс порівняно із 2021 роком на 4,2% і склав понад 28 млрд дол. США [20; 29; 31; 32], чим створюються відповідні конкурентні переваги, як підприємств-експортерів, так і держави загалом. При цьому під конкурентною перевагою розуміють наявність у підприємства або іншого суб'єкта господарювання певної цінності, яка дає їм перевагу над їхніми конкурентами та водночас за своєю значущістю повинна відповідати таким вимогам: бути унікальними (ексклюзивними); забезпечувати належні споживчі вигоди для покупців і високу прибутковість для підприємства; мати відповідний динамічний характер, отже, постійно змінюватись під впливом певних зовнішніх чинників; бути важкими для імітації із боку конкурентів [12].

В економічній літературі вирізняють багато ознак конкурентних переваг. Так, Войчак А. і Камишніков Р. за джерелами їхнього виникнення поділяють їх на внутрішні

та зовнішні [11]. *Внутрішні* – це характеристики внутрішніх аспектів діяльності підприємства, які перевищують аналогічні у їх пріоритетних конкурентів. До них, як правило, відносять насамперед виробничі, географічні, економічні, інноваційні, кваліфікаційні, наслідкові, організаційні, технологічні та управлінські тощо [18]. *Зовнішні конкурентні переваги* – ті, що ґрунтуються на спроможності підприємства створити значущі цінності для споживачів його продукції, чим створюється відповідні можливості більш повного задоволення їхніх потреб, зменшення витрат чи істотне підвищення ефективності їхньої діяльності. Відповідно до цього такими є збутові, інформаційні, комунікаційні, конструктивні, кон'юнктурні, сервісні, цінові, якісні та ціла низка інших [11; 24].

Проте така класифікація не відображає усієї суті та не вказує на шляхи набуття конкурентних переваг, тому вони за їх рівнем поділяються на дві різні групи: низького і високого порядку, до першої із яких належать ті переваги, які ґрунтуються на вартості або ж доступності чинників виробництва (серед яких – забезпечення дешевою робочою силою та сировинною базою), тобто ті, що не є наслідком цілеспрямованої діяльності певного підприємства. До цього ж вони не надають унікальної переваги, позаяк не відповідають визначеним вимогам [11].

Переваги високого порядку пов'язуються як із затратами, так і інноваційно цілеспрямованою діяльністю підприємств. До них включають роздрібні збутові мережі, ефективні методи просування товарів, висококваліфіковані працівники, впровадження новітнього обладнання та багато іншого. При цьому такі переваги є дуже важкими для їхньої імітації зі сторони конкурентів і надають компаніям доволі стійку позицію на різних ринках, тому її виробничу діяльність потрібно спрямовувати на створення цих пере-

ваг, зокрема, на модернізацію виробництва й інших видів діяльності, впровадження інновацій і застосування нових методів у відповідній маркетинговій політиці та формування новітніх засад із метою здійснення підприємництва і досягнення позитивного іміджу компанії [14–18].

Окрім означення конкурентоспроможності, деякі із авторів виділяють і поняття *конкурентостабільності*. Так, Дикань В. та Пономарьова Т. вважають, що вона характеризується як досить динамічний процес специфічних відносин між виробниками однієї й тієї ж аналогічної продукції [13], отже, йдеться про стабільне становище на ринку одного виробника відносно іншого. Натомість інші вчені розглядають конкурентостабільність як їхню здатність протистояти дестабілізуючому впливу різних чинників зовнішнього середовища порівняно із їхніми конкурентами, тому потрібно визначити і вивчати різноманітні чинники внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, які, своєю чергою, можуть мати як негативний (дестабілізуючий) вплив на нього, так і бути джерелом для набуття конкурентних переваг [12; 13]. Відповідно, за джерелами середовища саме їхнього створення конкурентні переваги доцільно поділяти на внутрішні та зовнішні, оскільки це відповідає його та інших суб'єктів ринку внутрішньому і зовнішньому середовищу. Водночас внутрішнє середовище є відповідною системою, якою і визначається сам процес формування потенціалу підприємства: рівень науково-технічного прогресу; різні організаційно-економічні чинники; досягнутий технологічний стан виробництва та система управління (ефективний менеджмент), як і професійно висококваліфікованих працівників тощо [10; 17].

Сукупність переваг, які зазвичай є елементами у конкурентній боротьбі за конкурентні переваги, утворює так званий «національний ромб» [24] (рис. 1).

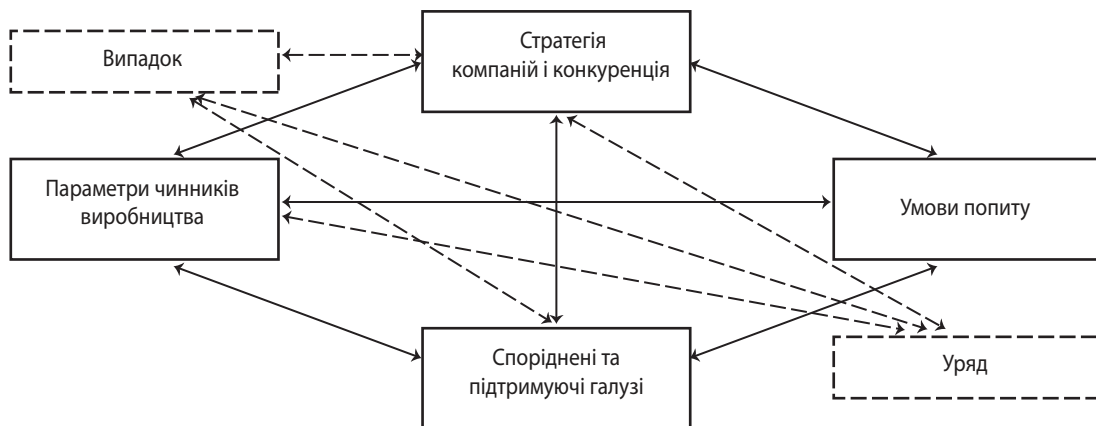


Рис. 1. «Національний ромб»

Джерело: складено авторами на основі [24]

Згідно з рис. 1 на рівень конкурентоздатності впливають шість груп чинників (детермінантів), 4 із яких (відповідні складові ромба) – галузевого характеру, а групи «випадок» і «уряд» є зовнішніми щодо галузі обставинами [24].

Досягнення тривалої конкурентної переваги в умовах ринкової економіки є умовою функціонування компанії

за порівняно тривалий період. Вона може бути забезпечена у зв'язку із оточенням у результаті пристосування до нього краще, ніж його конкуренти, через різні внутрішні джерела, що виникають із ресурсів підприємства та його вмінь. Структура ринку, на якому воно працює, здійснює тиск на нього, на який потрібно відповідно реагувати, щоб досягнути кращої позиції. Це реакція пристосування, яка

охоплює сфери постачання, збуту, технологію і майнові та організаційні форми тощо. Реалізація таких внутрішніх джерел переваги передбачає виділення певного потенціалу конкурентоздатності серед його споживачів у ефективний спосіб. Для цієї мети є необхідними такі умови, як: створення споживачам важливих відмінностей підприємства стосовно інших – саме такі відмінності є результатом використання переваги, при цьому відмінність, як і перевага, є довготривалою.

Водночас такі відмінності між підприємствами є помітними на ринку та мають віддзеркалюватись у чомусь, що становитиме створений споживачами критерій вибору, яким є серед іншого користь (споживча цінність), яку має бажання отримати відповідний покупець, купуючи продукт або послугу, саме так оцінювана споживча цінність (користь) дуже відрізняється у різних сегментах і ринках діяльності, а відповідні джерела конкурентної переваги по суті не мають універсального характеру, різна величина

впливу джерел внутрішніх переваг проявляється на оточенні, яке має важливе значення за формування стратегії розвитку, яка може бути значною чи маловажливою. Одночасно підприємство у формуванні переваги шукає реальні джерела, які будуть надійними, унікальними та винятковими. До цього ж інші критерії, для прикладу, відкритість, динаміка, матеріальність або їх кількість, не обмежують простору для пошуку джерел різних переваг. Водночас пошук і формування таких джерел конкурентної переваги та її утримання мають бути адекватними стратегічній меті. Стосовно цього має бути відповідне (сприятливе) оточення, чим створюються реальні шанси на економічну безпеку в галузі, яка полягає у побудові спеціальної позиції у зв'язку зі значно кращими взаємозв'язками із оточенням (держави, клієнти, конкуренти, постачальники). Взаємозв'язок між джерелами конкурентних переваг та їх інтегрованим впливом на відповідні конкурентні переваги підприємства [24] висвіталюється на рис. 2.



Рис. 2. Джерела і типи конкурентоспроможної переваги підприємств

Джерело: [18]

Портером М. вирізняються два типи переваг – вартісна і диференціація. Водночас їхній характер в економічних суб'єктів є основою для визначення типу конкурентної стратегії – вартісного лідерства чи диференціювання [12; 24].

Дуже цікаву концепцію їхніх типів запропоновано Облоєм Кш., який взяв для аналізу чотири базові переваги [26, с. 3]: природну позицію; зв'язок між ціною та якістю; систему послуг, за якої збільшується цінність (вартість) певних змін; систему обслуговування, якою формуються високі вхідні бар'єри.

При цьому перевага взаємозв'язку ціни з якістю проявляється головним чином у можливості збільшення рентабельності діяльності підприємств через зростання рівня цін у результаті відповідного збільшення попиту, а джерелом цього є саме належне підвищення якості продукту / послуги.

Наступний тип конкурентної переваги має свої джерела у виборі споживачів та вигоді проти їхніх очікувань і у формуванні довготермінових зв'язків між постачальниками та замовниками (інвестування), розв'язанні різноманітних проблем замовників через пристосування пропозицій продукції / послуг, спираючись на наперед визначені очікування і потреби. Ще одне джерело – активність післяпродажних послуг із використанням побудови бар'єрів, які стосуються саме відповідних змін постачальника через клієнта. Тип переваги, на думку Облоя Кш., розуміється як «...побудова вхідного бар'єра» та базується саме на позитивному взаємозв'язку, а його джерело – як формування і контроль відповідних стандартів (наприклад, щодо якості продукції / послуг) [26].

У доповнення до вже наведеного зазначимо, що підґрунтям конкурентної переваги є її джерела, а їхнім природним джерелом – локалізація або ж доступ до ресурсів

і патентів, та їхній контроль. Водночас, маючи на увазі конкуренцію у динамічному сенсі, можливо стверджувати, що сучасне середовище, змінене і ускладнене структурно, спонукає відхід від побудови джерел переваг внутрішніх із екстенсивного простору (високі технології), які постійно еволюціонують як від простоти до певної складності та модифікацій і важкості, так і у привласненні та наслідуванні. Їх втілення вимагає вищої кваліфікації менеджерів і працівників (перехідний процес від кількісних до якісних визначників конкурентоздатності), а їх побудова – значно довшого часу та відповідної зміни інструментів належного впливу держави із боку попиту у напрямку до пропозиції, особливо у випадку формування наукової інфраструктури, інформаційної бази, договірних процедур, мережі належної координації діяльності підприємств (формування регіональних інструментів та територіальних сполучень), що мають неієрархічну структуру.

Відповідні зовнішні джерела переваги підприємства можуть бути такими: доступ до різних чинників виробництва, природні умови (грунти, клімат, носії енергії, поклади) і легалізація. Водночас із цим конкурентна перевага складає проблему в економічних дослідженнях із огляду на:

- 1) її часте узагальнення без віднесення до предмета дослідження (економіка галузі, підприємства послуг і ринку тощо);
- 2) незрозуміле розрізнення причинно-наслідкових взаємозв'язків у вживанні понять конкурентної переваги, конкурентної позиції та джерел переваг і чинників успіху;
- 3) відносний характер цієї категорії (стосовно виробничого конкурента чи лідера або ж певної ідеальної моделі);
- 4) реконструкція оточення чи створюване відтворення визначається новими джерелами, а це призводить до того, що, досліджуючи інтегровану конкурентну перевагу та її джерела і типи, за обмеженої доступності інформації застосовуються різні суб'єктивні методи, які, на жаль, дають загалом розрізнену оцінку результатів. На їх основі й формуються відповідні пропозиції залежно від рівня знань і досвіду персоналу [17–20].

Висновки. За результатами цього дослідження встановлено, що стосунки між Україною і Європейським Союзом розпочалися у грудні 1991 року, коли Міністр закордонних справ Нідерландів як головної в ЄС держави у листі від його імені офіційно визнав незалежність України, а її політика щодо розбудови відносин із ним здійснюється на підґрунті Закону України «Про внутрішню і зовнішню політику», відповідно до статті 11 якого «... забезпечення інтеграції України у європейський політичний, економічний та правовий простори» і є однією із ключових засад здійснюваної нашою державою зовнішньої політики.

При цьому, за підсумками 2020 року, сукупна частка держав ЄС у зовнішній торгівлі України становить 40,7 %, отже вона унікала такого принизливого статусу, як сиринний придаток для Європейського Союзу, та одночасно стала його повноцінним партнером у торгівлі товарами і послугами, а, за результатами 2022 року, загальний обсяг експорту різних груп товарів із України до Євросоюзу зріс

порівняно з 2021 роком на 4,2 %, склавши понад 28 млрд доларів США.

Водночас боротьба за зовнішні ринки реалізації продукції істотно впливає на конкурентоспроможність підприємств, яка полягає у досягненні ними належних конкурентних переваг над їхніми конкурентами. На її досягнення дуже істотно впливає значна кількість інших чинників, а це вимагає наявності у них належного потенціалу і потрібних для досягнення мети ресурсів. Отже, досліджуючи інтегровану конкурентну перевагу та її джерела, і типи, із погляду на винятково обмежену доступність потрібної саме для цього інформації застосовуються відповідні суб'єктивні методи, які, на жаль, дають розрізнену оцінку результатів. На їх підвалинах і формуються різні пропозиції залежно від рівня знань працівників та вже набутого підприємствами досвіду, важливим завданням яких є вичерпне задоволення усіх всезростаючих потреб споживачів і отримання на цій основі належних прибутків для їх спрямування на подальше розширення виробництва і зростання добробуту працівників та їхніх родин, що є особливо важливим за євроінтеграційних устремлень України та її народу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Конституція України : Закон України від 28.06.1996 № 254/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Про засади внутрішньої і зовнішньої політики : Закон України від 02.07.2010 № 241-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/241-17>
3. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 вересня 2020 року «Про стратегію національної безпеки України» : Указ Президента України від 14.09.2020 № 392/2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/392/2020#Text>
4. Про імплементацію Угоди про асоціацію між Україною з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніх держав-членів, з іншої сторони : Постанова Кабінету Міністрів України від 25.10.2017 № 1106. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/847-2014-%D1%80#Text>
5. Про основні напрями зовнішньої політики України : Постанова Верховної Ради України від 28.07.1993 № 3360-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3076-12#Text>
6. Про Заяву Верховної Ради України «Про започаткування переговорів між Україною та ЄС щодо укладення нового базового договору» : Постанова Верховної Ради України від 22.02.2002 № 684-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/684-V#Text>
7. Про рекомендації парламентських слухань на тему: «Про стан і перспективи економічних відносин України та ЄС (зона вільної торгівлі) та Митним союзом» : Постанова Верховної Ради України від 05.11.2011 року № 3400-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3400-17#Text>
8. Про підтвердження курсу на інтеграцію до Європейського Союзу та першочергові заходи у цьому напрямі : Постанова Верховної Ради України від 13.03.2014 № 274-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/874-18#Text>
9. Про рекомендації парламентських слухань про взаємовідносини та співпрацю України з Європейським Союзом :

Постанова Верховної Ради України від 28.11.2022 № 299-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/299-15#Text>

10. Благун І. С., Ільчук П. П. Зовнішні чинники впливу на формування інтернаціоналізованого підприємства. *Економічний часопис-XXI*. 2013. № 11–12. С. 46–49.

11. Войчак А. В., Камишніков Р. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. *Маркетинг в Україні*. 2005. № 2 (30). С. 50–53.

12. Джаман М. О. Теорія економіки регіону. Київ: Центр учб. літ., 2014. 384 с.

13. Дикань В. Л., Пономарьова Т. В. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2011. № 36. С. 101–105.

14. Дмитришин Л. І., Зварич О. І. Оцінка конкурентоспроможності регіону у контексті використання людського капіталу // Intern. Scient. conf. Economy and Management: Modern Transformation in the Age of Globalization, March 23, 2018. Klajpeda, Lithuania: Baltija Publishing, 2018. P. 81–84.

15. Дмитришин Л. І., Зварич О. І. Формування концепції економічного розвитку регіонів і регіональна конкурентоспроможність. *Вісник Прикарпатського університету. Серія «Економіка»*. 2020. Вип. 25. С. 7–13.

16. Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі ХХ–ХХІ століть: нові пріоритети. Київ: Наук. думка, 2006. 512 с.

17. Зварич І. Т., Зварич О. І. Регіон у системі міжнародних конкурентних відносин. *Вісник Прикарпатського університету. Серія «Економіка»*. 2015. Вип. 11. С. 33–38.

18. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390>

19. Лендьял М. О. Інституційні механізми реалізації регіональної політики в країнах Центрально-Східної Європи // Регіональна політика в європейських країнах. Уроки для України. Київ, 2000. С. 239–245.

20. Чичало-Кодрацька І. Б. Сучасний стан і проблеми торгівлі України з Європейським Союзом. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/255.pdf>

21. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за ред. О. Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.

22. Валлерстайн І. Глобалізація або вік змін? Довготривалий погляд на шлях розвитку світової системи // Глобалізація. Регіоналізація. Регіональна політика: хрестоматія з сучасної соціологізації регіону. Луганськ: Вид-во «Альма-матер – Знання», 2002. С. 49–67.

23. Облой Кш. Стратегія підприємства: в пошуках устойчивого конкурентного переваги. Минск: Гривцов Букс, 2013. 384 с.

24. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягти стабільно високих результатів. Київ: Наш формат, 2019. 624 с.

25. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Создание конкурентного преимущества. М.: Вильямс, 2015. 592 с.

26. Florida R. Who's your city. How the creative economy is making where to live the most important decision of your life. N-Y: Basic Book, 2008. 384 p.

27. Договір про Європейський Союз // Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%96%D1%80_%D0%BF%D1%80%D0%BE_%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%A1%D0%BE%D1%8E%D0%B7

28. Європейська асоціація вільної торгівлі // Постійне представництво України у Женеві. URL: <https://geneva.mfa.gov.ua>

29. Європейський Союз // Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%A1%D0%BE%D1%8E%D0%B7

30. Оприлюднено «Звіт про виконання Угоди про асоціацію між Україною і Європейським Союзом за 2021 рік». URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/node/4540>

31. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua>

32. Міністерство економіки України. URL: <https://me.gov.ua>

REFERENCES

Blahun, I. S., and Ilchuk, P. P. "Zovnishni chynnyky vplyvu na formuvannya internatsionalizovanoho pidpriemstva" [External Factors Influencing the Formation of an Internationalized Enterprise]. *Ekonomichnyi chasopys-XXI*, no. 11-12 (2013): 46-49.

Chychkalo-Kodraska, I. B. "Suchasnyi stan i problemy torhivli Ukrainy z Yevropeiskym Soiuzom" [The Current State and Problems of Ukraine's Trade with the European Union]. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/255.pdf>

"Dohovor pro Yevropeyskyi Soiuz" [Treaty on the European Union]. *Vikipediia - vilna entsyklopediia*. https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%96%D1%80_%D0%BF%D1%80%D0%BE_%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%A1%D0%BE%D1%8E%D0%B7

Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. <https://ukrstat.gov.ua>

Dmytryshyn, L. I., and Zvarych, O. I. "Formuvannya kontseptsii ekonomichnoho rozvytku rehioniv i rehionalna konkurentospro-mozhnist" [Formation of the Concept of Economic Development of Regions and Regional Competitiveness]. *Visnyk Prykarpatskoho universytetu. Seriya «Ekononika»*, no. 25 (2020): 7-13.

Dmytryshyn, L. I., and Zvarych, O. I. "Otsinka konkurentospro-mozhnosti rehionu u konteksti vykorystannia liudskoho kapitalu" [Assessment of the Competitiveness of the Region in the Context of the Use of Human Capital]. *Economy and Management: Modern Transformation in the Age of Globalization*. Klajpeda, Lithuania: Baltija Publishing, 2018. 81-84.

Dolishnii, M. I. *Rehionalna polityka na rubezhi XX-XXI stolit: novi priorytety* [Regional Policy at the Turn of the XX-XXI Centuries: New Priorities]. Kyiv: Nauk. dumka, 2006.

Dykan, V. L., and Ponomaryova, T. V. "Metodychni pidkhody do otsinky konkurentospro-mozhnosti pidpriemstv" [Methodical Approaches to Assessing the Competitiveness of Enterprises]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 36 (2011): 101-105.

Dzhaman, M. O. *Teoriia ekonomiky rehionu* [Theory of the Economy of the Region]. Kyiv: Tsentr uchb. lit., 2014.

Florida, R. *Who's your city. How the creative economy is making where to live the most important decision of your life*. New York: Basic Book, 2008.

Kadyrus, I. H. "Konkurentospro-mozhnist pidpriemstva ta faktory, shcho na nei vplyvaiut" [Enterprise Competitiveness and Factors Influencing It]. *Efektivna ekonomika*. 2014. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390>

Konkurentospro-mozhnist pidpriemstva: otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia [Enterprise Competitiveness: Assessment of the Level and Directions for Improvement]. Odessa: Atlant, 2013.

[Legal Act of Ukraine] (1993). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3076-12#Text>

[Legal Act of Ukraine] (1996). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2002). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/684-V#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2010). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17>

[Legal Act of Ukraine] (2011). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3400-17#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2014). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/874-18#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2017). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/847-2014-%D1%80#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2020). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/392/2020#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/299-15#Text>

Lendel, M. O. "Instytutsiini mekhanizmy realizatsii rehionalnoi polityky v krainakh Tsentralno-Skhidnoi Yevropy" [Institutional Mechanisms for the Implementation of Regional Policy in the Countries of Central and Eastern Europe]. In *Rehionalna polityka v yevropeyskykh krainakh. Uroky dlia Ukrainy*, 239-245. Kyiv, 2000.

Ministerstvo ekonomiky Ukrainy. <https://me.gov.ua>

"Opryliudneno «Zvit pro vykonannya Uhody pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu i Yevropeiskym Soiuzom za 2021 rik»" [The "Report on the Implementation of the Association Agreement between Ukraine and the European Union for 2021" Was Published]. <https://eu-ua.kmu.gov.ua/node/4540>

Obloy, Ksh. *Strategiya predpriyatiya: v poiskakh ustoychivogo konkurentnogo preimushchestva* [Enterprise Strategy: In Search of a Sustainable Competitive Advantage]. Minsk: Grivtsov Buks, 2013.

Porter, M. *Konkurentna perevaha. Yak dosiahaty stabilno vysokykh rezultativ* [Competitive Advantage. How to Achieve Consistently High Results]. Kyiv: Nash format, 2019.

Tompson, A. A., and Striklend, A. Dzh. *Strategicheskiy menedzhment. Sozdaniye konkurentnogo preimushchestva* [Strategic Management. Creating a Competitive Advantage]. Moscow: Vilyams, 2015.

Vallerstain, I. "Hlobalizatsiia abo vik zmin? Dovhotryvalyi pohliad na shliakh rozvytku svitovoi systemy" [Globalization or Age of Change? A Long-term View of the Development of the World System]. In *Hlobalizatsiia. Rehionalizatsiia. Rehionalna polityka : khrestomatiia z suchasnoi sotsiologichatsii rehionu*, 49-67. Luhansk: Vyd-vo «Alma-mater - Znannia», 2002.

Voichak, A. V., and Kamyshnikov, R. V. "Konkurentni perevahy pidpriyemstva: sutnist i klasyfikatsiia" [Competitive Advantages of the Enterprise: Essence and Classification]. *Marketynh v Ukraini*, no. 2(30) (2005): 50-53.

"Yevropeiska asotsiatsiia vilnoi torhivli" [European Free Trade Association]. Postiine predstavnytstvo Ukrainy u Zhenevi. <https://geneva.mfa.gov.ua>

"Yevropeyskyi Soiuz" [European Union]. Vikipediia - vilna entsyklopediia. https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%A1%D0%BE%D1%8E%D0%B7

Zvarych, I. T., and Zvarych, O. I. "Rehion u systemi mizhnarodnykh konkurentnykh vidnosyn" [The Region in the System of International Competitive Relations]. *Visnyk Prykarpatskoho universytetu. Seriiia «Ekonomika»*, no. 11 (2015): 33-38.

Стаття надійшла до редакції 13.05.2023 р.