

**Державний торговельно-економічний університет**  
**Кафедра світової економіки**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**Зовнішньоторговельний потенціал підприємства-суб'єкта міжнародного  
бізнесу**

*(на матеріалах Торгово-промислової палати України, м. Київ)*

Студента 4 курсу, 14 групи,  
спеціальності 292 «Міжнародні економічні  
відносини» освітньої програми  
«Міжнародний бізнес»

Дорогого Олексія  
Вікторовича

\_\_\_\_\_

*підпис*

Науковий керівник  
канд. екон. наук, доцент  
кафедри світової економіки

\_\_\_\_\_

*підпис керівника*

Гринюк Наталія  
Андріївна

Гарант освітньої програми  
науковий ступінь,  
вчене звання

\_\_\_\_\_

*підпис керівника*

Лежепьоква Вікторія  
Геннадіївна

**Київ 2023**

# Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права Кафедра світової економіки

Спеціальність, 292 «Міжнародні економічні відносини»,

ОП «Міжнародний бізнес»

Затверджую

Гринюк Н.А.

«  »                      2023 р

## Завдання

### на випускн кваліфікаційну роботу (проект) студентові

Дорогому Олексію Вікторовичу

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Зовнішньоторговельний потенціал підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу(на матеріалах Торгово-промислової палати України, м. Київ)

Затверджена наказом ректора від «  »    20   р. №  

2. Строк здачі студентом закінченої роботи (проекту)

23.05.2023

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

*Мета роботи (проекту)*

Метою кваліфікаційної роботи є наукове дослідження зовнішньоторговельного потенціалу підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу.

*Об'єкт дослідження*—Зовнішньоторговельний потенціал Торгово-промислової палати України

*Предмет дослідження*—теоретичні, методичні та практичні аспекти потенціалу Торгово-промислової палати України



5. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

Розділ 1. Теоретико-аналітичні аспекти діяльності ТПП України на зовнішньоторговельних ринках

1.1. Сутність зовнішньоторговельного потенціалу торгово-промислової палати України

1.2. Аналіз міжнародної діяльності торгово-промислової палати України

Висновки до розділу 1

Розділ 2. Рекомендації щодо розвитку міжнародного бізнесу ТПП України на Зовнішньоторговельних ринках під час російсько-української війни

2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу торгово-промислової палати України

2.2. Пріоритети розвитку торгово-промислової палати України на зовнішньоторговельних ринках

2.3. Вплив російсько-української війни на розвиток торгово-промислової палати України на зовнішньоторговельних ринках

Висновки до розділу 2

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

7. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів кваліфікаційної (проекту) випускної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Визначення напряму дослідження та затвердження теми ВКР	до 20.12.2022	
2	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 10.02.2023	09.02.2023
3	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 10.04.2023	24.02.2023
4	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 20.05.2023	24.03.2023
5	Подача готової ВКР науковому керівнику	до 26.05.2023	21.05.2023
6	Подача готової ВКР на кафедру	до 30.05.2023	05.06.2023
7	Попередній захист ВКР	30.05.–10.06.2023	
8	Захист ВКР	за графіком з 13.06.2023	

8. Дата видачі завдання « \_\_\_\_\_ » 20\_\_ р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Гринюк Н.А. \_\_\_\_\_

10. Керівник освітньої програми

Лежешко В.Г. \_\_\_\_\_

11. Завдання прийняв до виконання студент

Дорогой О.В. \_\_\_\_\_



12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Випускна кваліфікаційна робота студента Дорогого О.В. виконана згідно затвердженого плану.

Під час виконання випускної кваліфікаційної роботи студент Дорогий О.В. показав певний рівень теоретичних знань з питань зовнішньоторговельного потенціалу підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.

В цілому випускна кваліфікаційна робота студента Дорогого О.В. відповідає вимогам до робіт такого виду і може бути рекомендованою до захисту.

---

---

---

---

---

---

---

---

Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

\_\_\_\_\_

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студента Дорогого Олексія Вікторовича може бути допущена до публічного захисту.

Керівник освітньої програми \_\_\_\_\_

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

(підпис, прізвище, ініціали)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ р

## АНОТАЦІЯ

Дорогой Олексій Вікторович. Зовнішньоторговельний потенціал підприємства-суб'єктаміжнародного бізнесу (на матеріалах Торгово-промислової палати України, м. Київ).

Випускна кваліфікаційна робота присвячена роботі Торгово-промислової палати України та її допомозі українським компаніям та економіці України.

У роботі проведено дослідження як ТПП України допомагала Українським компаніям до війни та допомагає під час війни виходити на міжнародні ринки, шукати інвесторів та партнерів.

На основі звітів про зроблену роботу ТПП України було зроблено детальний аналіз який саме вплив ТПП України має на вітчизняні компанії та економіку України.

**Ключові слова:** ТПП України, міжнародний бізнес, підприємство, зовнішньоторговельні ринки.

## ABSTRACT

Dorohoi Oleksii. Foreign Trade Potential of an Enterprise - Subject of International Business (based on the materials of the Ukrainian Chamber of Commerce and Industry, Kyiv).

The final qualification work is devoted to the work of the Ukrainian Chamber of Commerce and Industry and its assistance to Ukrainian companies and the Ukrainian economy.

The work analyzes how the UCCI helped Ukrainian companies before the war and helps them to enter international markets, look for investors and partners during the war.

Based on the reports on the work done by the UCCI, a detailed analysis was made of the impact of the UCCI on Ukrainian companies and the Ukrainian economy.

**Keywords:** CCI of Ukraine, international business, company, foreign trade markets.



## ЗМІСТ

### ВСТУП

### РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТПП УКРАЇНИ НА ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ РИНКАХ..... 5

1.1. Сутність зовнішньоторговельного потенціалу торгово-промислової палати України..... 5

1.2. Аналіз міжнародної діяльності торгово-промислової палати України..... 14

Висновки до розділу 1..... 18

### РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ТПП УКРАЇНИ НА ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ РИНКАХ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....

19

2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу торгово-промислової палати України..... 19

2.2. Пріоритети розвитку торгово-промислової палати України на зовнішньоторговельних ринках ..... 22

2.3. Вплив російсько-української війни на розвиток торгово-промислової палати України на зовнішньоторговельних ринках ..... 28

Висновки до розділу 2 ..... 31

### ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Ще на початку російсько-української війни, почали відбуватися зміни в зовнішньоторговельній діяльності України. Після зачинення більшості каналів експорту продукції до рф, Україна створила нові канали збуту продукції до країн ЄС. Наприклад значно зменшився відсоток експорту не дорогоцінних металів, які майже повністю вивозились до рф, та збільшилась питома вага продукції рослинного та тваринного походження до нових країн-партнерів. Після повномасштабного вторгнення Україна повністю зупинила роботу експортно-імпортних коридорів з країною-агресором, та намагається віднайти інші шляхи для підтримки своєї економіки в край складні часи.

В наш час, кожний бізнес, великий чи малий, національний чи приватний, має право на розширення та захоплення нових ринків. Будь то збільшення відсотка ринку певного товару власної країни чи відвоювання частки ринку певного товару на міжнародній арені. Для того, щоб вийти та закріпитись на міжнародному ринку з великою кількістю конкурентів, треба врахувати силу потенціалу компанії на зовнішньоторговельних ринках та багато інших факторів, чим зазвичай займається професійна команда в складі компанії, або стороння компанія яка надає послуги яких потребує бізнес допомагаючи та надаючи можливі допоміжні варіанти для досягнення успіху.

**Мета і завдання дослідження.** Метою кваліфікаційної роботи є наукове дослідження зовнішньоторговельного потенціалу підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу.

Для реалізації визначеної мети потрібно розв'язати такі завдання:

- Визначити доступність зовнішньоторговельних ринків для нових компаній;
- Проаналізувати міжнародну діяльність торгово-промислової палати України
- Дослідити сприятливість середовища зовнішньоторговельного ринку;
- Визначити вплив російсько-української війни на дії компаній вийшли або збираються виходити на міжнародні ринки.
- Обґрунтувати та запропонувати шляхи та засоби розвитку компаніям для виходу на виходу на міжнародні ринки.



**Об'єкт дослідження** -зовнішньоторговельний потенціал Торгово-промислової палати України

**Предмет дослідження**-теоретичні, методичнітапрактичні аспекти потенціалу Торгово-промислової палати України

**Методидослідження.** Теоретичну основу дослідження становлять праці вітчизняних та закордонних вчених стосовно потенціалу компаній для виходу на зовнішньоторговельний ринок. У процесі дослідження використані такі методи: спостереження, аналізу, порівняння, розрахунку, узагальнення.



## РОЗДІЛ 1.

# ТЕОРЕТИКО-АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТПП УКРАЇНИ НА ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ РИНКАХ

### 1.1. Сутність зовнішньоторговельного потенціалу торгово-промислової палати України

Власне «потенціал», притаманний тематиці про торгово-промислові палати в Україні : Закон України від 02.12.1997 р. № 671/97-ВР : станом на 17 березня 2020 р. – це сукупність наявності можливостей, ресурсів, запасів, засобів, що можуть бути використані для досягнення, здійснення будь-чого[21]. Більшість науковців розписують це поняття не тільки як сукупність всіх наявних ресурсів, цей список доповнюють й можливості підприємства-суб'єкта, які він може залучити та ефективно використати з метою отримання бажаного ефекту та досягнення відповідного результату. Також до цього відноситься й повне задоволення економічних інтересів та можливість створення умов для подальшого розвитку. При цьому за багато років не сформувалось єдиного чіткого визначення, але принаймні більшість вчених трактують це поняття майже однаково, іноді додаючи певних удосконалень до окремих ситуацій.

Інколи визначення поняття «потенціал підприємства» звучить як можливість господарської системи виробляти продукцію. Можливо дане трактування походить від поняття «виробнича потужність».

Все-таки наявність у компанії ресурсів для можливості досягнення певних її цілей хоч і є головним аспектом на основі якого і формується основний потенціал підприємства, але наявність ресурсів не дає гарантованого успіху на шляху у досягненні будь-якої мети. Не менш важливим складником потенціалу є змога підприємства збирати ресурси у процесі роботи комплексу бізнес-процесів. Спираючись на те, що здібності підприємства та ресурси визначають внутрішні можливості підприємства-суб'єкта які надалі повинні стати невід'ємним складником конкурентних переваг в ринковому середовищі, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.



Позначивши в таблиці компетенції, як сукупність можливостей, досвіду та навичок, можна сказати, що потенціал підприємства – це можливості сукупних ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів[15, с. 1].

Ринок можна назвати досить нестабільним у факторах попиту та пропозиції у виробництві та ціною на товари, змінами в конкурентному середовищі й іншими макроекономічними й мікроекономічними факторами. Значення даних факторів можуть змінюватися в будь-яку секунду, і це не виключає тієї можливості, що це може стати руйнівним моментом для підприємства. Головною місією для керівництва являється формулювання та оцінка перспектив компанії, іншими словами потенціалу підприємства. Тим паче, що для ринку притаманне постійне загострення конкуренції, яке призводить до важкого шляху при виході на зовнішньоторговельні ринки та безпосередньо утриманні на них.

Формуючи поняття зовнішньоторговельного потенціалу підприємства, треба зазначити, що це сукупність експортного та імпортного потенціалу у випадку, якщо компанія купує сировину, послуги, компоненти чи інше, а також продає власний продукт на зовнішній ринок. Такими гравцями на ринку є великі компанії або країни. Зазвичай зовнішньоторговельний потенціал – це експортний потенціал, бо малі та середні компанії ведуть роботу по виробництву товару, базуючись на внутрішніх ринках власної країни або власних можливостях, а потім шукають різноманітні канали збуту товару.

Є багато науковців, які досліджували сутність поняття, експортний потенціал підприємства. Більшість з них, проводячи аналізи з сутності експортного потенціалу, окреслюють цю категорію в контексті розробки та реалізації найкращої стратегії досягнення поставлених цілей за чітко визначеними критеріями.

Отже, експортний потенціал розглядається з точки зору найкраще збалансованих можливостей для цілей компанії з урахуванням умов зовнішнього середовища, на всіх рівнях: макро, мезо та мікро. Багато науковців визначають експортний потенціал підприємства як здатність підприємства збалансувати

можливості внутрішнього середовища та перспективи й загрози зовнішнього середовища. Однак, таке тлумачення не повністю підпадає під конкретні обставини досліджуваного наукового питання, оскільки стратегія чи тактика виходу на зовнішні ринки є не експортним потенціалом, а є результатом його розгляду.

Методика, яка визначає експортний потенціал з урахуванням зовнішніх факторів підприємства являє собою оцінку експортного потенціалу, тобто можливості змін середовища підприємства. Якщо розглядати ці підходи з точки зору галузі, в яку підприємство здійснює постійні експортні постачання, можна сказати, що експортний потенціал це здатність фірми впливати на співвідношення часток ринку між цією фірмою та фірмами-конкурентами. Таким чином, за допомогою експортного потенціалу підприємство може збільшувати об'єми виробництва експортної продукції та налагоджувати нові підходи до клієнтів надаючи їм нові, кращі пропозиції, завдяки яким компанія зможе завоювати більшу частину ринку та змінити ситуацію з власними конкурентами.

Кожен елемент експортного потенціалу це дуже важлива частина, яка має вплив на кінцевий результат, бо вона бере чималу роль у розвитку експортної діяльності підприємства. З найосновніших елементів складу експортного потенціалу можна виділити:

- Виробничий потенціал, який надає можливість виробляти максимально наближену до необхідної або й необхідну кількість товарів для максимально задоволення попиту.
- Трудовий потенціал, який надає можливість використовувати здібність до праці, потенційну дієздатність та трудові ресурси, щоб забезпечити ними силу для випуску, збуту та реалізації товарів.
- Природноресурсний потенціал, який має вплив на забезпеченість компанії ресурсом для експорту.
- Маркетинговий потенціал, який відіграє чималу роль підвищуючи ефективність збуту товарів, допомагає при виході на необхідні ринки та виборі сегмента, інколи навіть підвищує попит на самі товари.



- Інноваційно-інвестиційний, який насамперед допомагає розв'язувати питання зі створенням нових товарів, які могли б створити новий бум на світовому ринку товарів.

В сучасних умовах, де ведеться масштабна глобалізація міжнародної діяльності по всьому світу, жодна країна не може обійтись без експорту чи імпорту потрібного їм товару, чи заробітку від нього. Кожного дня на міжнародну арену зовнішньоторговельного бізнесу виходять нові компанії забираючи свою частку від ринку товарів.

Беручи до прикладу торгово-промислової палати України одразу треба зауважити, що це не державна неприбуткова самоврядна організація.

Сутністю ТПП України на торгових ринках зовнішньої торгівлі є коридор від малого та великого бізнесу до зовнішньоторговельних ринків, коридор між компаніями – потенціальними партнерами, клієнтами, постачальниками. Метою даної компанії є розвивати та робити український бізнес конкурентоспроможним на світових ринках. Відповідно до статті 1 Закону «Про торгово-промислові палати в Україні» [21]:

- ТПП України є юридичною особою, яка займається підприємницькою діяльністю лише в тому розмірі, в якому потребують її статусні завдання.
- Прибуток, який отримує компанія не може бути розподілений між членами торгово-промислової палати.
- Прибуток повністю спрямований на виконання її статусних завдань.
- ТПП повністю відповідає всіма коштами та власним майном за свої зобов'язання та дії, але вона не відповідає за зобов'язання своїх членів, відповідно до цього і члени ТПП не відповідають за її зобов'язання.
- Також ТПП не відповідає за зобов'язання створених нею компаній та інших організацій і навпаки.
- Вона може мати поточні та вкладні рахунки в банках та власні печатки.

За час існування, торгово-промислова палата в Україні довела свою ефективність у підтримці бізнесу та з 2 грудня 1997 року йде постійний розвиток та удосконалення її системи. До регіональних структур торгово-промислових

палат вже входять центральна ТПП України та 25 регіональних ТПП. Станом на сьогодні до системи Палат входять близько 8 тис. членів. Кожного дня понад 1000 представників Українського бізнесу отримують корисні консультації та допомогу експертів торгово-промислових палат в різних напрямках.

На фоні економічного спаду сучасна геополітична ситуація зумовлює пошук нових та розширення вже присутніх торгових каналів збуду для експорту. Кожна компанія, при вході на міжнародний ринок, має пройти ряд визначених процедур: організаційних, економічних, виробничих і комерційних.

Щоб створити потенційно конкурентний продукт для його експорту на міжнародний ринок, треба пройти ряд певних дослідницьких дій. Саме в цьому і є суть торгово-промислової палати. ТПП Надають допомогу в питаннях з оцінки ринків та зовнішньої торгівлі, оцінку майна, експертизу товарів та оцінку нематеріальних активів, надають послуги зі штрихового кодування товарів, патентно-ліцензійні послуги та займаються оформленням різного роду документів. ТПП надає допомогу з цих питань, проводячи особисті консультації, публічні семінари, виставки, в різних куточках світу. Вони допомагають не тільки Українським підприємцям, а й іноземним компаніям, задля збільшення ймовірності подальшої співпраці.

Зовнішня торгівля історично привертає увагу провідних науковців та аналітиків, які являються послідовниками тенденції, яку просуває бізнес. Фактично, торгово-промислова палата частково і є тими самими науковцями та аналітиками в одному обличчі, які вивчають не тільки ринки власної країни, а й ринки зовнішньої торгівлі. Вони роблять все можливе для налагодження стосунків між компаніями, які являються учасниками системи ТПП та ринками тих країн які вони можуть задовольнити. Торгово-промислові палати надають допомогу підприємствам у проведенні торговельно-економічних операцій на внутрішньому та зовнішньому ринках. Також допомагає компаніям на шляху до виходу на зовнішньоторговельний ринок та сприяє збільшенню експорту Українських товарів та послуг. Палати проводять постійні приватні консультації та публічні семінари в різноманітних куточках світу.



З аналізу потенційних зовнішніх ринків збуту та порівняння їх з національним ринком, де йде розробка стратегії для кожного підприємства окремо, яка надалі буде закладена в середньострокові та довгострокові плани розвитку даного підприємства, можна виокремити не менш важливі питання, такі як: реалізація інвестиційних проєктів, розробка податкових рішень, знаходження фінансових консультантів, помічників у супроводженні угод з нерухомістю, відкриті банківські рахунки, співпраця з консультантами в питаннях з іпотечного кредитування та управліннями активів.

Завдяки досвіду, який базується на світовій історії розвитку торгово-промислових палат багатьох країн, можна відокремити функції цих інституцій відносно до розвитку підприємництва. Загалом є дві функції, які мають приблизний вигляд:

- Функція представництва, яка надає послуги із захистом інтересів не тільки членам, але й в цілому усім підприємцям на відповідній території, яка закріплена за палатою. Також, за необхідності, виступає їх представником. Заглиблюючись у представницьку діяльність ТПП треба зазначити, що, в основному, сутність такого характеру діяльності розкривається у наданні регулярних заходів палати, які виконують функцію формування позитивного іміджу підприємницького товариства, запобігають формуванню сприятливого ділового клімату, доводячи до органів державної виконавчої влади та громадської, об'єднані в одну загальну точку зору багатьох різних підприємців.
- Ділові послуги – ряд послуг, які допомагають підприємцям в організації, веденні та розвитку справ. Прикладом слугуватимуть: оцінка майна, експертиза, організація виставок, ділових поїздок тощо. Загалом послуги надаються на конкурентній основі та визначаються відповідним нормативним актом і уставом організації.

В економічно розвинених країнах Європи торгово-промислові палати діють як органи саморегулювання, допомагаючи підприємцям на всіх етапах їхнього розвитку та ведення бізнесу. Державні органи, в тому числі торгово-промислові

палати, або ті, що перебувають у регуляторних відносинах з торгово-промисловими палатами, виконують функції або надають певні послуги, покладені на них державою, перелік яких визначається відповідним регуляторним законом. У Німеччині – послуги у сфері професійної освіти. В Австрії - 24 зовнішньоторговельні-економічні місії та направлення вітчизняних виробників на зовнішні ринки. В Україні - сертифікати походження та висновки про форс-мажорні обставини.

В цілому, торгово-промислова палата – це насамперед захист для бізнесу від певних неочікуваних факторів, які ТПП власне і прораховує, та безпосередньо має ту підштовхувальну силу, яка необхідна для розвитку бізнесу. Торгово-промислова палата з однієї точки зору виступає як організація, що обслуговує компанію та консультує в різноманітних питаннях, а з іншої її можна розглядати як компанію, яка представляє інтереси іншої компанії на зовнішньоторговельних ринках.

Місія, яку виносить на своєму головному сайті торгово-промислова палата України – забезпечення максимальної сприятливості середовища в Україні для бізнесу. За допомогою відкриття нових, а також розширенню вже наявних каналів збуту вітчизняного товару, тобто розвинення експорту в Україні. Також вони націлені на підтримку інтернаціоналізації українського бізнесу та безпосередньо активне підвищення рівня інтеграції українського бізнесу у світову економіку, вдосконалення інституціонального середовища, тобто сукупності основоположних, політичних, соціальних, юридичних та економічних правил завдяки постійним переговорам між владою та бізнесом, не забуваючи про максимально ймовірне надання послуг, потрібних бізнесу.

Міжнародна діяльність торгово-промислової палати України здійснюється через діяльність 34 міжнародних ділових рад, створених з метою розширення ділових контактів та співробітництва, просування українських підприємств на зовнішні ринки та залучення іноземних інвестицій в Україну.

Формами діяльності ділових рад є проведення конференцій, міжнародних бізнес-форумів, відрядження українських бізнесменів за кордон, відрядження



іноземних бізнесменів в Україну тощо. Участь представників ТПП України у засіданнях міжурядових комісій дає можливість подавати пропозиції щодо їх подальшого формування. ТПП України є членом Міжнародної торгової палати та Всесвітньої федерації торгових палат, Китайсько-європейської торговельно-промислової ініціативи, Асоціації європейських торгових палат та Чорноморської ділової ради з економічного співробітництва.

Можна виокремити головні функції та напрям роботи торгово-промислової палати:

- 1) Представляти та захищати інтереси компанії (підприємство – країна).

Це класична функція всіх торгово-промислових палат у всьому світі. Її мета - консолідувати вплив бізнес-сектору на державну політику. Зокрема, через захист статусу підприємців та їхньої діяльності шляхом лобіювання інтересів національних урядів. Ця функція здійснюється завдяки послугам торгово-промислової палати України, а саме: налагодження комунікації з членами, проведення різноманітних заходів, опитування, участь у публічних дискусіях, заходах тощо. Також, не менш важливим є зустрічі представників державних органів виконавчої влади з бізнесом.

- 2) Створення та розвиток бізнес-середовища та знаходження контактів.

Це означає, що метою є активація бізнес-процесів на національному та міжнародному рівнях, інтеграцію власного бізнесу та бізнес-середовища до міжнародної економіки, тим самим стимулювати національну економіку до розвитку та подальших дій.

Реалізація даного типу задач також проходить завдяки проведенню бізнес-виставок, форумів та ярмарок, візитів різноманітних організацій та демонстрування їм презентацій потенціалу України, делегацій за кордон, інформаційній забезпеченості експортерам, щодо нових можливостей, надання в обґрунтованому форматі консультацій та послуг для виходу компаній на зовнішній ринок.

- 3) Підтримка бізнесу та надання ділових послуг.





## 1.2. Аналіз міжнародної діяльності торгово-промислової палати України

Робота торгово-промислової палати України за 2018 рік в основному зосереджувалася на частковому або наближеному до більшого задоволення потреб членів палати, яким і було розвиток експортного потенціалу України. Частина уваги була приділена покращенню інвестиційного середовища та зменшенню перешкод для розвитку малого та середнього бізнесу. Разом з цим, допомога з покращенням економічного стану надається і країні, так як МСБ є основою економічного розвитку країни. Допомога відбувається через плату податків підприємцями, які стають головним джерелом надходження фінансів в бюджет держави. Підприємства також сприяють зниженню безробіття створюючи робочі місця для населення країни.

ТПП допомагали розробляти та розвивати експортні стратегії та стратегії підтримки МСБ. Наприклад кілька «винних» законопроектів, зокрема № 9260[20], які стали чудовим рішенням для багатьох підприємців. Суть закону № 9260 – спрощення реєстрації декларації. Пророблена робота стала чудовим внеском і в розвиток виробничої галузі. Дана система має чудові можливості сприяння бізнесу у роботі на закордонних ринках.

У 2018 році також була проведена перша китайська міжнародна виставка «China international import expo 2018», яка, в цілому, була єдиним вікном для виходу на китайські ринки. Події відбулися в місті Шанхай, де і було підписано угоду з національним конгресовим і виставковим центром Шанхая про ексклюзивне представлення інтересів виставки в Україні.

Також значущою подією став українсько-китайський економіко-торговельний форум, на якому були присутні близько 250 представників від китайських компаній та інвесторів та 80 представників українського бізнесу. За час виставки були підписані контракти та меморандуми на 250 млн доларів США.

Наступним, стало відкриття ринків Нігерії та Гани участь в якому брали міністерство економічного розвитку і торгівлі України разом з торгово-промисловою палатою України та офісом просування експорту. За допомогою

міністерства закордонних справ та України та посольства України у Федеративній республіці Нігерія були проведені місії з торговими намірами до республіки Гана (місто Аккра) та до федеративної республіки Нігерія (місто Лагос та місто Абуджа). Участь брали представники українських підприємств в кількості 14 осіб. Учасниками місії були компанії-виробники в галузях машинобудування, фармацевтики, аграрної промисловості, IT сфери та компанії, які мають діяльність у сфері авіації та транспортних послугах. Результатом цієї місії стали гарні відгуки, як від Українських компаній, так і від Ганських і Нігерійських торгово-промислових палат партнерів. Сприяння подальших пошуків партнерів допомогло і ЗМІ країн партнерів. Під час місії було залучено 140 представників урядових та ділових кіл Гани та 200 компаній з обох країн.

Наслідок проробленої роботи у 2018 році вже можна було спостерігати на наступний рік, коли експорт Українських товарів збільшився до Китаю на 63%, до Туреччини на 11%, до Білорусі на 16%, до ПАР на 30%, до Нігерії в 6 разів.

У 2019 році ТПП спільно з урядом працювало над покращенням середовища для Українського бізнесу, інтегруванні його на ринки ЄС. Робота в цьому напрямі полягає у розробці та формуванні угоди АСАА. Ця угода дозволяє промислового бізнесу України швидше виходити на міжнародні ринки ЄС та утримувати свою позицію на них. Торгово-промислова палата надає якісну підготовку українських експортерів щодо вимог технічних регламентів Європейського Союзу. Бажаним результатом якого буде збільшення експорту на ринки ЄС.

Станом на 2019 рік кількість членів ТПП України наблизилось до 8 тисяч. В основному 2019 рік був роком для отримання результатів проведених робіт у 2018 році.

2020 рік став дуже складним і приніс дуже багато труднощів не тільки для ТПП чи компаній в певній галузі, а в цілому усьому світу. Цей рік кардинально змінив тенденції ринку та сутність роботи в цілому. Виклик для усього світу, який був спричинений пандемією, вибив з колії велику кількість підприємств, які надалі були змушені стати перед вибором: зачинення чи підкорення чогось нового



та невідомого досі. Карантинні заходи призупинили процеси бізнесу, більшості партнерів та учасників ТПП. Хоч така ситуація і стала критичною для багатьох, але це спричинило прискорення певних трансформацій у системі торгово-промислових палат, такі як:

- Вдосконалення форматів взаємодії з бізнесом;
- Переорієнтування щодо потрібних сервісів.

Головною метою ТПП 2020 року стала диджиталізація організації, створення онлайн форумів, конференцій, оновлення та налагодження програм і так далі.

Протягом 2020 року торгово-промислова палата постійно співпрацювала з Офісом Президента, Кабінетом Міністрів України та Верховною Радою України. Допомогала не тільки підтримці держави, але й відстоювала інтереси бізнесу. Також, за цей рік був налагоджений більш тісний зв'язок між ЄС та іншими країнами світу. З першого дня карантину через COVID-19 Палата реорганізувала свою роботу, щоб забезпечити безперебійне надання послуг бізнесу по всій Україні. Водночас було запроваджено деякі нові ініціативи. За підтримки Посольства Великої Британії в Україні Чернігівська торгово-промислова палата, Донецька торгово-промислова палата та Запорізька торгово-промислова палата допомогли виробникам засобів індивідуального захисту підготувати технічну документацію, яка засвідчує, що їхня продукція відповідає українському та міжнародному законодавству. Також ТПП допомогли перебороти кризову ситуацію багатьом підприємствам по всій Україні завдяки налагодженню зв'язків з Європейським Союзом та його фінансовою допомогою.

За 2021 рік ТПП провело дуже багато різних форумів та організувало багато зустрічей з урядами країн Європи та різними компаніями. Також було створено декілька нових комітетів при ТПП, які надалі стали невіддільною частиною в допомозі певних галузей країни та бізнесу. Це було 2 комітети: комітет залізничного транспорту при ТПП України та координаційна рада з інфраструктурних питань.

Торгово-промислова палата України, як член міжнародної торгової палати всесвітньої федерації палат та Європалати, взяла активну участь у заходах

таких організацій: сесія Європалати, її керівних органів; засідання пленарної асамблеї директорів.

В цілому за 2021 рік торгово-промислова палата України займалася організацією бізнес-форумів та зустрічей між бізнесами та країнами, налагоджувала зв'язки між можливими майбутніми партнерами.





## Висновки до розділу 1

Саме захист і розвиток власної діяльності і є основними задачами задля яких і була створена ТПП. Українська торгово-промислова палата має змішану модель та відображає змішані характеристики з обох моделей. Вона представляє інтереси підприємців на внутрішніх та зовнішніх ринках, та безперечно задовольняє потреби.

З одного боку, торгово-промислова палата вирішує багато видів задач, як на зовнішньому ринку, так і на внутрішньому, вона відповідає функціям обслуговуючої та представницької організації, яка надає підтримку та допомогу підприємствам, що входять до складу ТПП, як на вітчизняних, так і на зовнішніх ринках, а з іншого, допомагає у розв'язанні питань з державними органами, завдяки чому надалі з'являється змога у формуванні сприятливого середовища для здійснення підприємницької діяльності вітчизняного бізнесу.

Також, ТПП бере участь не тільки у формуванні сприятливого середовища для бізнесу за допомогою підтримки, консультаційних моментів чи представництвом для великих та малих підприємств, які входять до складу торгово-промислової палати, але й задовольняє потреби країни. В першу чергу розвиток бізнесу вже допомагає у підтримці державної економіки, але суть допомоги ТПП на державному рівні полягає насамперед у консультаціях в економічному плані та наданні державі допомоги в аналітичних, дослідницьких та представницьких аспектах. ТПП допомагає шукати не тільки найвигідніші експортні канали збуту товару для підвищення розвитку економіки, але й імпорتنі канали закупівлі товару для досягнення задоволення попиту громадян власної країни, виробничої галузі держави та інше. В сучасних умовах ТПП України грає дуже важливу роль, виконуючи завдання, яке полягає у розробці та покращенні економічної стратегії України.

## РОЗДІЛ 2

# РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ТПП УКРАЇНИ НА ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ РИНКАХ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

### 2.1. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу торгово- промислової палати України

Оцінити сприятливість середовища міжнародного бізнесу на арені світової торгівлі не просто, адже на це впливає безліч різних факторів. Розглянемо такі фактори: політична стабільність, економічні умови, нормативно-правова база, інфраструктура та культурні чинники.

**Політична стабільність.** Це дає гарантію, що правила та норми, які регулюють дане підприємство є стабільними, передбачуваними, та застосовуються послідовно. Тож, завдяки стабільному політичному середовищу для бізнесу зменшуються ризики раптового змінення правил та законів, які регулюють бізнес, адже постійні зміни в законах через зміну керівництва, протести, насильницькі конфлікти, теракти тощо, лише підкреслюють хитку політичну ситуацію в країні і можуть призвести до непередбачуваних послідовностей та невизначеності, це призводить до економічної стагнації. Отож, бізнес може будувати довгострокові плани та інвестувати власний капітал. Прикладами країн зі стабільними політичними системами є Канада, Німеччина та Велика Британія.

**Економічні умови.** Сприятливі економічні умови мають прямий вплив на покращення сприятливості середовища для міжнародного бізнесу, оскільки можуть призвести до збільшення споживчих витрат, а також сприяють зростанню доходів і більш значних інвестицій. Зростання економіки покращує середовище забезпечуючи більший ринок, де компанія може продавати більше товарів чи послуг. В свою чергу стагнація та скорочення економіки призводить до зниження розвитку та розширення бізнесу в більшості випадків. Нестабільність валюти, висока інфляція та високий рівень боргу також можуть мати негативний вплив на економічні умови, зазвичай це знижує зацікавленість іноземних інвесторів для



тимчасового або подальшого інвестування. Прикладами країн із сильними економічними умовами є Китай, Індія та США.

**Нормативно-правова база** забезпечує передбачуване та стабільне середовище для міжнародного бізнесу і окреслює чіткий набір правил і норм, яких повинен дотримуватися бізнес. Контракти виконуються відповідно до закону, права інтелектуальної власності захищені, а ставлення до компаній справедливе. Потужна нормативно-правова база вирівнює умови для конкуренції компаній на основі інновацій, якості та обслуговування клієнтів, а також сприяє залученню іноземних інвестицій. Натомість слабка нормативно-правова база створює середовище корупції та невизначеності, збільшуючи витрати та ризики для компаній. До країн із сильною нормативно-правовою базою належать США, Японія та Велика Британія.

**Інфраструктура** – це фізичні системи та об'єкти, необхідні для ефективної роботи бізнесу. Гарно налагоджена транспортна, енергетична, комунікаційна, системи допомагає успішно перевозити товари, тримати зв'язок з клієнтами та постачальниками та популяризувати на ринок товари та послуги. Добре розвинена інфраструктура також полегшує ведення бізнесу у віддалених або слаборозвинених регіонах. І навпаки, відсутність інфраструктури може призвести до логістичних проблем та збільшення витрат, розірванню договорів, затримками у виробництві тощо. Прикладами країн з потужною інфраструктурою є Сінгапур, Німеччина та Японія.

**Культурні фактори** можуть впливати на сприятливе середовище. Наприклад країни з різною робочою силою можуть надати компаніям широкий спектр талантів і нових перспектив. З іншого боку, країни з жорсткими культурними нормами та мовними бар'єрами можуть ускладнити ведення бізнесу та ефективну комунікацію. Прикладами країн з культурним розмаїттям є США, Канада та Велика Британія.

Отже, оцінка сприятливого середовища для міжнародного бізнесу на світовій арені міжнародної торгівлі вимагає глибокого розуміння різних факторів. Аналізуючи політичну стабільність, економічні умови, нормативно-правову базу,

інфраструктуру та культурні чинники різних країн, бізнес може визначити країни, які пропонують найсприятливіші умови для своєї діяльності.

Щодо торгово-промислової палати України. Зазначу, що в Україні не найкраща ситуація в економічно-політичних та інфраструктурних аспектах. Погіршення економічного стану країни, інфляція валюти та її нестабільний стан, невизначені борги країни та різкий обвал якості інфраструктури країни сильно вдарило по підприємствах в різних галузях. Дефіцит палива спричинило підвищення цін, що позначилось і на вартості логістики. Стрімка інфляція та нестабільність валюти сприяло зниженню якості життя населення та призвело до зникнення деяких товарів через їх неактуальність. Відключення електроенергії не тільки спричинило величезні труднощі в переговорах з клієнтами чи постачальниками, але й змусило підприємства зробити великі затрати на генератори та паливо для них. Країна в цілому зазнала величезних збитків також і через замороження інвестицій на невизначений термін від закордонних партнерів. Багато компаній не витримали такого тиску, і вимушені були або закритись або перекваліфікуватися. Хоча в країні і є позитивні сторони. До культурних факторів можна віднести працелюбність населення, популяризація англійської та інших мов. В нормативно-правовому аспекті це наближення законів до європейських стандартів, що має чималу перевагу для закордонних інвесторів, звільняючи бізнес від корупції. Зміни в законодавстві ще тривають тож не можна говорити про це остаточно.

Зараз торгово-промисловій палаті складно шукати інвесторів, які хотіли б вкладати кошти саме в український бізнес через ряд проблем, які насторожують кожного. Але це не заважає пошуку бізнес-партнерів які хотіли б допомогти розвинути бізнесу на міжнародних рівнях, укладаючи договори на збут різного роду товарів чи послуг, надаючи перевагу саме українським виробникам, можливо виражаючи цим свою підтримку.



## **2.2. Пріоритети розвитку торгово-промислової палати України на зовнішньоторговельних ринках**

Роблячи розбір ТПП не можна чітко сформулювати стратегію розвитку на зовнішньоторговельних чи внутрішніх ринках, але можна виокремити певні пріоритетності.

Торгово-промислова палата має проводити комплексні маркетингові дослідження та аналіз ринку для визначення потенційних експортних ринків для збуту товарів вироблених українськими виробниками. Це допоможе знайти більш привабливі ринки для збуту продукції, а також актуальні товари та послуги.

ТПП повинно налагоджувати нові зв'язки та покращувати вже наявні з іноземними компаніями та організаціями для подальшого покращення торгівлі та інвестиційних можливостей для українського бізнесу на зовнішніх ринках. Це насамперед партнерство з іноземними торгово-промисловими палатами, галузевими асоціаціями та торговельними організаціями. ТПП України може підвищити свою активність в участі торговельних місій до інших країн для налагодження партнерських відносин з підприємствами, організаціями, а в деяких випадках і з владою країни.

Також не менш важливим є просування торгово-промисловою палатою українських товарів чи послуг на зовнішньоторговельні ринки, це є важливим не тільки для приватних підприємців, але це має великий вплив на підвищення конкурентоспроможності України та збільшення експорту. Є багато методів за допомогою яких ТПП може досягти цієї цілі, а саме: участь у виставках, створення маркетингових матеріалів, використання цифрового маркетингу та соціальних мереж, налагодження партнерських відносин з іноземним бізнесом, організація бізнес-заходів та форумів, а також використання національного брендингу. Беручи участь у ярмарках торгово-промислова палата може бути представником українських брендів представляючи товари чи послуги потенційним іноземним партнерам. Створення маркетингових матеріалів може сприяти поширенню та популяризації певних товарів та послуг. Нарешті, використовуючи національний брендинг, ТПП України може диференціювати

українські товари та послуги від товарів та послуг інших країн та створити унікальну ідентичність на світовому ринку.

Освіта та навчання мають величезний вплив на розвиток та кваліфікацію робочої сили в Україні. Торгово-промислова палата може сприяти розвитку та навчанню робітників роблячи сприятливі умови для цього. ТПП може запропонувати необхідні семінари та курси для підвищення кваліфікації. Кваліфіковані робітники – це основа для успішного виготовлення продукції чи надавання послуг, що допоможуть при виході на міжнародні рівні роботи бізнесу. Також можна спробувати стати партнерами з навчальними закладами в яких будуть детальніше приділяти увагу певним аспектам та навичкам потрібним для визначених задач. Студенти можуть проходити практику в місцях де компанії вже зможуть обирати та запрошувати на роботу потенційних працівників та разом з цим надавати можливість і студентам. Таке партнерство може сприяти молодим підприємцям започаткувати власний бізнес. Зусилля ТПП України у сфері освіти та професійної підготовки можуть допомогти українському бізнесу залишатися конкурентоспроможним та досягти успіху на світовому ринку.

ТПП України має покращити свої навички з надання адвокації та представництва. Торгово-промислова палата повинна відстоювати інтереси бізнесу України на закордонних ринках. Це також охоплює знищення бар'єрів торгівлі через цілеспрямований вплив на органи державної влади та місцевого самоврядування, а також на її посадових осіб, представляючи український бізнес. Також ТПП може представляти бізнес на міжнародних форумах, виставках, чи інших бізнес-заходах. Торгово-промислова палата повинна мати співпрацю з урядом України, та якомога швидше та краще розв'язувати питання з вигідних торговельних угод з іноземними державами. Також покращити свою роботу на міжнародному рівні.

Адвокаційна та представницька діяльність ТПП України бере велику участь у створенні сприятливого середовища для бізнесу, завдяки чому бізнес може почувати себе спокійно та починати свій розвиток впевненіше, а інвестори можуть інвестувати з меншим ризиком. Змога торгово-промислової палати



України представляти інтереси та погляди спільноти в бізнес-індустрії впливає на економіку країни. В цілому, адвокація та представництво інтересів це важлива складова ТПП України, який полягає у сприянні зростанню та розвитку українського бізнесу та сприяє довгостроковому економічному зростанню та процвітанню України.

Також можна направити сили на диверсифікацію експортних ринків які також допоможуть розвитку бізнесу. Сутністю диверсифікації експортних ринків є збільшення масштабів українського бізнесу тобто, розширення присутності українського бізнесу за межами традиційних ринків та встановлення нових торговельних відносин з іншими країнами. Торгово-промислова палата України розглядає диверсифікацію ринків як важливу частину стратегії по зменшенню ризиків через збільшення каналів збуту товарів чи послуг в інші країни або регіони. Тобто потрібно збільшити кількість країн партнерів для експорту товарів, що дасть змогу зменшити вразливість до раптових змін попиту або геополітичних чинників.

Диверсифікація експортних ринків це важлива стратегія для українського бізнесу. Вона надає змогу розширити клієнтську базу, зменшити залежність від кількох ключових ринків та знизити ризики, пов'язані з раптовими змінами попиту або геополітичними факторами. Зусилля ТПП України, спрямовані на диверсифікацію експортних ринків, відіграють важливу роль у створенні можливостей для українського бізнесу розширювати свої ринки збуту та сприяти довгостроковому економічному зростанню і процвітанню України.

Торгово-промислова палата України повинна розвивати електронну комерцію. В сучасному світі електронна комерція набула дуже швидкого розвитку. Через пандемію корона вірусу та як наслідок жорстких карантинних умов пройшла швидка диджиталізація, яка зачепила кожен куточок світу. Тому на сам перед кожна компанія повинна була вийти в незвичний та незнайомий режим роботи за дуже короткий термін. На цей час у світі ведуться постійні оновлення та впровадження нових програм які об'єктивно мають не тільки хороші сторони, але й погані. Задачею є пристосування до таких умов та змога подальшого розвитку.

Електронна комерція щодня набуває все більшого значення в сучасному цифровому світі, пропонуючи зручність, доступність та економічну ефективність, яких вимагає сучасний бізнес, хоча інколи це можуть ставати останнім чинником для його знищення. ТПП може покращити свої зусилля в області електронної комерції для сприяння міжнародній торгівлі, це може стосуватись до співпраці ТПП та державними органами з метою розробки політики та нормативно-правових актів, що допоможуть розвитку електронної комерції, надання освітніх програм які зможуть навчити молодих спеціалістів, для подальшого розширення можливостей бізнесу, та налагодженню зв'язків між підприємствами та постачальниками послуг через платформи електронної комерції.

Також ТПП України повинно допомагати розвитку електронної комерції та платформ для онлайн торгівлі, цим воно зможе допомогти українському бізнесу розширити свою частину на зовнішніх ринках. Як приклад це може бути партнерство з іноземними платформами електронної комерції, надання ресурсів та навчання з питань онлайн-маркетингу та платформ електронної комерції, а також організацію торговельних заходів в Інтернеті. Наприклад можна налагодити партнерство з Alibaba для просування української продукції на цій платформі та проведення тренінгів для українського бізнесу щодо ефективного просування своєї продукції на китайському ринку.

Торгово-промислова палата може створювати позитивний імідж України для залучення внутрішніх інвестицій. Наданий момент це зробити важко, але можна спробувати покращити український імідж на світовому ринку. Для досягнення успіху в цій справі. ТПП також може співпрацювати з державними органами, галузевими асоціаціями та іншими зацікавленими сторонами для просування унікальних переваг України, такими перевагами можуть стати, геополітичне розташування країни, висококваліфіковані працівники та конкурентні витрати на ведення бізнесу порівняно з іншими країнами.

Торгово-промислова палата може визначити основні конкурентні галузі які є або можуть привабливими для іноземних інвесторів, та націлитися на створення сприятливого середовища для таких компаній. Прикладом таких галузей можуть



статі: IT, сільське господарство, переробна промисловість та відновлювальна енергетика. Також воно має можливість спробувати допомогти Україні спростити адміністративні процедури для інвесторів, впорядкувати процедури ліцензування та прибрати зайві бар'єри, що надалі може призвести до заохочення інвестицій. Хоча також не менш важливим є зниження корупції. ТПП України разом з урядом може створити стимули для інвесторів, таких як податкові пільги, субсидії та інші фінансові стимули. Ці стимули можуть бути адаптовані до конкретних галузей або регіонів. До того ж можна просувати інвестиційні можливості через різні канали, такі як торгові ярмарки, конференції, бізнес-делегації та інвестиційні форуми. Це може допомогти залучити інвесторів з різних країн та регіонів.

Розбудова партнерських відносин також стане сприятливим моментом для обміну кращими практиками та залученням інвестицій. Такі партнерства можуть допомогти в популяризації України як бізнес-партнера та робити Україну привабливішою для інвесторів.

ТПП України могла б допомогти в налагодженні передачі інновацій та технологій з іноземних ринків українському бізнесу. Наприклад, торгово-промислова палата України могла б організовувати семінари з трансферу технологій або інноваційні форуми для покращення зв'язків між українським бізнесом та іноземними експертами та інноваторами. Такий вид трансферу інновацій та технологій може допомогти українським підприємствам перейняти передовий досвід, вдосконалити свої продукти та послуги, а також підвищити свою конкурентоспроможність на зовнішніх ринках.

Для збільшення привабливості українського бізнесу ТПП України може сприяти популяризації розвитку відновлюваних джерел енергії, зменшення кількості відходів і т. д. на території України. Заохочувати український бізнес до впровадження альтернативних методів. В сучасних тенденціях перехід бізнесу на альтернативну енергію та звільнення навколишнього середовища від додаткового сміття може викликати хвилю ажіотажу в соціальних мережах та національному телебаченні багатьох країн, що в свою чергу також може призвести до збільшення охочий інвестувати в компанію яка не нехтує тенденціями сучасності.

За допомогою альтернативних відновлювальних джерел енергії до країни можна залучити велику кількість інвестицій, які сприятимуть розвитку її економіки та бізнесу країни. Прикладом може бути диверсифікація джерел енергії. Насамперед, Україна залежить від палива, яке добувається надер землі, яке задовольняє потреби країни в енергетичних аспектах. Залежність від такого виду палива досить вразливе місце через цінові коливання, або можливість закупівлі. Допоміжні інвестиції та подальша розробка модернізованих відновлюваних джерел енергії, такі як сонячна, вітрова та гідроенергетика, допоможуть диверсифікувати джерела енергії країни, та зменшити залежність від імпорту викопного палива та сприяти енергетичній безпеці. В свою чергу торгово-промислова палата може допомогти країні з пошуками інвесторів які хотіли б долучитися до такого проекту.

Держава також зацікавлена в диверсифікації джерел енергії тому український уряд надає змогу та різноманітні стимули та програми підтримки для інвестицій у відновлювану енергетику, включаючи податкові пільги, "зелені" тарифи та "зелені" облігації. Підприємства, які інвестують у відновлювані джерела енергії, можуть скористатися цими стимулами, щоб зменшити свої інвестиційні витрати та підвищити прибутковість. ТПП України може використовувати такі факти не тільки для пошуку зацікавлених інвесторів в систему енергетики України, але й також у бізнес який причетний до цього.



### 2.3. Вплив російсько-української війни на розвиток торгово-промислової палати України на зовнішньоторговельних ринках

Ще з 2014 року Україна відчула прояв війни на власній економіці та зовнішньоторговельних відносинах. Одним з найголовніших та найважливіших наслідків війни саме для економічної складової України стало порушення та зникнення традиційних та постійних шляхів торгівлі. До конфлікту, Україна мала тісні економічні відносини з росією, яка на той час була одним з найбільших партнерів у торгівлі з Україною, забираючи на себе велику частину українського експорту більшості товарів. Після 15 квітня 2014 року, коли відбулось анексування Криму та початок бойових дій, були введення щодо обмежень українських товарів для постачання на територію росії зі сторони агресора. Незабаром Україна також запровадила обмеження на російський імпорт. Зачинення каналів збуту товарів до росії викликало багато проблем в бізнесі та економіці України через зникнення постійного надходження грошей від експорту. Це змусило Український бізнес шукати нові ринки збуту для своєї продукції.

Торгово-промислова палата України отримала головну задачу, яка полягала в знаходженні нових ринків збуту на міжнародній арені. Цим ТПП України відіграло вирішальну роль у підтримці українського бізнесу в адаптації до неочікуваних викликів. Україна мала закрити величезну діру в міжнародній торгівлі після зникнення її головного торгового партнера. ТПП намагалося вийти з такої складної ситуації за допомогою створення кількох міжнародних представництв та торгових місій у такі країни як Китай, Туреччина та США. Такі представництва дають змогу виходу українському бізнесу на нові ринки збуту власної продукції, також вони допомагають орієнтуватися в нових, незвичних та досить складних регуляторних нормах і культурних відмінностях, які можуть стати сильною перешкодою на шляху до досягнення успіху в зовнішній торгівлі. Наприклад, у 2019 році ТПП України відкрила офіс у Китаї, який допоміг просунути бізнес-інтереси України на китайський ринок. Офіс який був розташований у Пекіні та зараз надає доступ українському бізнесу до нових торговельних можливостей, налагоджує зв'язки, шукає нових партнерів, підвищує

якість середовища та допомагає українським компаніям орієнтуватися в складних регуляторних нормах та культурних відмінностях Китаю.

До відкриття офісу ТПП України в Пекіні партнерство з китайськими компаніями було переповнене різноманітними труднощами, які полягали в мовному бар'єрі, культурних відмінностях та складних регуляторних нормах. Офіс ТПП України допоміг подолати ці бар'єри та надав українському бізнесу платформу для просування своїх товарів та послуг на китайському ринку.

Представництво ТПП України в Китаї також сприяло просуванню української сільськогосподарської продукції, зокрема меду, соняшникової олії та зерна, на китайський ринок.

Ще один спосіб у який ТПП України підтримала українські компанії під час конфлікту – це зміцнення відносин з іншими торгово-промисловими палатами та торговельними організаціями по всьому світу: ТПП України підписала меморандуми про взаєморозуміння з низкою організацій, у тому числі з торгово-промисловими палатами Китаю, Туреччини та Азербайджану. Ці партнерства допомагають підвищити авторитет українських компаній на зовнішніх ринках та надають доступ до нових ресурсів і можливостей. ТПП України активно співпрацює з Американською торговельною палатою в Україні, щодо організації торговельних місій до США. Така співпраця надає змогу українському бізнесу зустрічатися з американськими компаніями, налагоджувати нові торговельні відносини та просувати торгівлю та інвестиції між двома країнами. ТПП України та АСС постійно співпрацюють над вирішенням регуляторних та політичних питань, які впливають на двосторонню торгівлю та інвестиції. У 2020 році ТПП України та АСС спільно подали до Уряду України пропозицію щодо спрощення митних процедур та зменшення адміністративного навантаження на бізнес. Пропозиція була позитивно сприйнята та призвела до вигідних для українського бізнесу змін у митному регулюванні.

ТПП України та АСС також співпрацюють над ініціативами, спрямованими на розвиток підприємництва та інновацій в Україні: у 2018 році обидві організації започаткували конкурс "InnovationChallenge" для підтримки українських



стартапів та інноваційного бізнесу. Конкурс дав можливість українським підприємцям представити свої ідеї перед групою експертів та потенційних інвесторів. Переможці отримали фінансову та логістичну підтримку від ТПП України та АСС для розвитку свого бізнесу.

Війна з росією підкреслила необхідність диверсифікації українського експорту. Раніше економіка України значною мірою залежала від експорту сировини, зокрема металів та сільськогосподарської продукції. Тим паче росія була основним партнером для збуту української сировини. Однак конфлікт чітко показав, що Україні необхідно розширювати свій експорт на інші ринки та сектори. Торгово-промислова палата України має важливу роль у цьому процесі, просуваючи український бізнес у нові галузі та сектори. Прикладом може слугувати просування українських ІТ-компаній на міжнародні ринки за участі ТПП України. ТПП допомагає організовувати конференції та інші заходи для демонстрації можливих пріоритетів українських компаній та надання їм допомоги у встановленні контактів з потенційними партнерами та інвесторами.

## Висновки до розділу 2

Насамперед, треба зазначити, що оцінити сприятливість середовища досить важко, але розбираючи ті фактори які впливають на це ми чітко можемо зрозуміти в якому напрямку ТПП має рухатись та на які фактори звертати біль детальну увагу. Після початку російсько-української війни Україна зазнала величезних втрат через зраду основного торгового партнера, це показало важливість диверсифікації експорту та розширення зовнішньоторговельних ринків.

Насамкінець, російсько-український конфлікт створив значні виклики для Торгово-промислової палати України на зовнішньоторговельних ринках. Порушення традиційних торговельних шляхів та запровадження торговельних обмежень змусили український бізнес шукати нові ринки збуту для своєї продукції, також погіршення бізнес-середовища на території України, ускладнило пошук інвесторів. ТПП України відіграє важливу роль у підтримці українського бізнесу в подоланні цих викликів шляхом створення міжнародних представництв, зміцнення відносин з іншими торговельними палатами, постійними переговорами з державною владою та сприяння диверсифікації українського експорту. Своїми зусиллями ТПП України допомогла створити нові можливості для українського бізнесу, щоб досягти успіху на світовій арені, покращити стан бізнес-середовища України, для збільшення інвесторів в Український бізнес, та підвищення рівня економіки України.



## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В даній роботі розглянуто та проаналізовано торгово-промислову палату України та її роль у сприянні розвитку українського бізнесу та економіки загалом. Під час роботи визначено, що ТПП України є найбільшою організацією підприємців у країні та представляє інтереси більш ніж 10 тисяч підприємств. Також було відзначено, що ТПП України співпрацює з різними міжнародними організаціями, такими як ЄС, Світовий банк, Міжнародний валютний фонд та інші, з метою підтримки розвитку української економіки.

ТПП України займається підтримкою підприємців та розвитком підприємницької діяльності в Україні, зокрема через надання юридичної та консультаційної допомоги, організацію бізнес-форумів, виставок та інших заходів, що сприяють залученню інвестицій та розвитку нових напрямків бізнесу.

Важливою роллю ТПП України є просування українських компаній на міжнародному ринку та підтримка експорту. Це досягається за допомогою проведення різноманітних заходів, таких як бізнес-місії, які дають можливість українським підприємствам познайомитись з представниками бізнесу та влади інших країн, зокрема з партнерами від ТПП інших країн. Це сприяє налагодженню співпраці, встановленню контактів та розширенню можливостей для українських компаній на міжнародному ринку. Також важливою роллю ТПП України є участь у формуванні законодавства, яке стосується бізнесу та економіки в цілому.

Слід зазначити, що ТПП України є важливим інструментом у зміцненні відносин між українськими підприємствами та урядом. ТПП України має постійні зв'язки з урядовими органами та органами місцевого самоврядування, що дозволяє більш ефективно захищати інтереси бізнесу та вирішувати питання, які стосуються економіки та бізнесу в Україні.

Щодо впливу російсько-української війни на розвиток торгово-промислової палати України на зовнішньоторговельних ринках, то слід зазначити, що ця війна суттєво позначилася на розвитку ТПП України на зовнішньоторговельних ринках. З одного боку, зменшення обсягів торгівлі між Україною та Росією, а також

заборона на імпорт товарів з Росії, створили складну ситуацію для деяких українських підприємств, що залежали від російського ринку. Це призвело до зменшення членства в ТПП України та складнощів у залученні нових членів. З іншого боку, російсько-українська війна також сприяла збільшенню зовнішньоторговельних зв'язків України з іншими країнами. За останні кілька років Україна активно шукає нові економічні партнерства з країнами Європейського Союзу, Китаєм та іншими країнами Азії та Африки. ТПП України відіграє важливу роль у цьому процесі, надаючи допомогу українським підприємствам у пошуку нових партнерів, організації бізнес-форумів та виставок.

Крім того, ТПП України активно сприяє інтернаціоналізації українських підприємств та залученню інвестицій з-за кордону. Наприклад, ТПП України організовує регулярні міжнародні форуми для інвесторів та бізнес-місії українських підприємств до інших країн. Ці заходи дають можливість українським підприємствам зустрітися з потенційними інвесторами, встановити партнерські зв'язки та залучити інвестиції для розвитку свого бізнесу. Такі заходи допомагають збільшити експорт українських товарів та послуг, що в свою чергу сприяє розвитку української економіки. Окрім того, ТПП України є платформою для обговорення та розв'язання проблем, що виникають у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Це дозволяє більш ефективно реагувати на зміни в зовнішньоекономічному середовищі та швидко адаптуватися до нових умов.

Отже, можна стверджувати, що ТПП України відіграє важливу роль у розвитку української економіки та сприянні розвитку бізнесу в Україні через активну підтримку українських підприємств у міжнародному співробітництві та залученні інвестицій з-за кордону. Також вона є платформою для розв'язання проблем, що виникають у сфері зовнішньоекономічної діяльності, що дозволяє більш ефективно реагувати на зміни в зовнішньоекономічному середовищі.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безвугляк Р. Реалізація інституційного механізму торговельно-промислових палат для активізації міжнародного бізнесу в Україні : магістерська дисертація. Київ, 2018. 108 с.
2. Бердар М. М. Науковий вісник Ужгородського національного університету; Міжнародні економічні відносини та світове господарство. URL: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18\\_1\\_2018ua/10.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18_1_2018ua/10.pdf) (дата звернення: 10.02.2023).
3. Белова Т. Маркетингові дослідження : Конспект лекцій для студ. за напрямом підготовки 6.030507 « Маркетинг » усіх форм навчання. Київ : НУХТ, 2010. 131 с.
4. Бушило К.С. Оптимізація процесу виходу підприємства на зовнішній ринок URL: <file:///C:/Users/HP/Downloads/201146-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-449687-1-10-20200422.pdf> (дата звернення: 11.02.2023).
5. Богма О., Ганечко І., Лимар В. Економічний потенціал підприємства: зміст та ключові характеристики. Herald of Kyiv National University of Trade and Economics. 2022. Т. 141, № 1. С. 58–68.
6. Боднарчук Т. Л. Сучасні тенденції зовнішньоторговельної діяльності вітчизняних підприємств. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: зб. тез доп. II Міжнар. наук.-практ. конф., 22 квіт. 2021 р.* 2021. С. 150–152.
7. Бондарчук О. Г., Бондарчук Я. О. Покращення зовнішньоекономічної діяльності підприємств в Україні : Thesis. 2011. URL: <http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/19026> (дата звернення: 09.02.2023).

8. Боровська А. Виробничий потенціал: поняття, склад, структура та оцінка для промислових підприємств. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/522.pdf>.
9. Возняковська К. А. Особливості діяльності торгово-промислової палати в Україні. URL: [http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/11718/Voznakovska%20Том%202\\_2017-53.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/11718/Voznakovska%20Том%202_2017-53.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
10. Гнасевич Н. Опорний конспект лекцій з навчальної дисципліни «Теорія міжнародних відносин». Тернопіль, 2018. 163 с.
11. Драгун О. С., Гавриць О. О. Експортний потенціал української економіки : thesis. 2019. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41493>.
12. Звіт торгово-промислової палати України у 2021 році. URL: <https://ucci.org.ua/uploads/files/62dfd65bcd981553130987.pdf>.
13. Звіт торгово-промислової палати України 2018. URL: <https://drive.google.com/file/d/1d1luGuPLuMOjIsG5oLyMABinB7Bu5Ml/view>.
14. Імпорт та експорт України: вплив війни. *Юридична газета*. URL: <https://yur-gazeta.com/golovna/import-ta-eksport-ukrayini-vpliv-viyni.html>.
15. Жувагіна І. О., Когутенко К. С. Загальнонаукові підходи до формування економічного потенціалу підприємства в торгівлі URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5\\_2018/35.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/35.pdf) (дата звернення: 10.02.2023).
16. Кобзева К. Експортний потенціал підприємства: сутність і особливості формування. *Проблеми економіки*. 2013. № 4. С. 281–285.
17. Конспект лекцій з дисципліни «Потенціал і розвиток підприємства». Дніпро, 2014. 62 с. URL: [https://ep.nmu.org.ua/ua/files/КОНСПЕКТ\\_ЛЕКЦІЙ\\_Потенциал\\_днев.pdf](https://ep.nmu.org.ua/ua/files/КОНСПЕКТ_ЛЕКЦІЙ_Потенциал_днев.pdf).
18. Коробко Я. В., Федоряк Р. М. Формування та реалізація інвестиційних проектів URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/1864/1/frvu\\_2015\\_1\\_16.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/1864/1/frvu_2015_1_16.pdf) (дата звернення: 11.02.2023).



19. Оцінка впливу зовнішнього середовища на підприємство. реферат. *Освіта.UA*.  
URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/13468/>.
20. "Провнесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів" : Прийнятий законопроект від 05.11.2018 р. № №9260.
21. Про торгово-промислові палати в Україні : Закон України від 02.12.1997 р. № 671/97-ВР : станом на 17 берез. 2020 р.  
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/671/97-вр#Text> (дата звернення: 10.02.2023).
22. Рязанова А. Інституціональне забезпечення підприємницької діяльності в Україні (на прикладі Вінницької торгово-промислової палати) : бакалаврська кваліфікаційна робота. Вінниця, 2020. 108 с.
23. Система ТПП в Україні у 2020 році. URL: <https://drive.google.com/file/d/1TZpC0wXCyTwm-wO-1Jx6YegcUpJj8i5D/view>.
24. Торгово-промислова палата України визначила сь із пріоритетами роботи на 2023 рік. *Торгово-промислова палата України*. URL: <https://uccr.org.ua/press-center/uccr-news/torgovo-promislova-palata-ukrayini-viznachilas-iz-prioritetami-roboti-na-2023-rik>.
25. Щукін Б. М. Інвестиційна діяльність : Метод. посіб. Київ : МАУП, 1998. 63 с.
26. Як впливає війна на економіку України. *Центр протидії дезінформації*.  
URL: [https://cpd.gov.ua/articles/czpd\\_analizuye-vplyv-rosijsko-ukrayins/](https://cpd.gov.ua/articles/czpd_analizuye-vplyv-rosijsko-ukrayins/).
27. Як економічні відносини Україна і Росія зберегли після початку війни?. *BBC News Україна*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-65121121>.
28. Cherniavskiy A., Zavorodnia V. The influence of the Russian-Ukrainian war on the development of the European diplomatic service. *Uzhhorod National University Herald. Series: Law*. 2023. Vol. 3, no. 75. P. 210–215.
29. Feduniak S. Influence of the Russian-Ukrainian War on the Activity of the Leading Security Institutions in the Context of New Model of International

Relations. *Mediaforum* : *Analytics, Forecasts, Information Management*. 2022.

No. 11. P. 131–140.

30. Pikulyk O. Business environment in Ukraine: problems and prospects of development. *State and regions. series: economics and business*. 2021. № 2(119).

31. Жувагіна І. О., Когутенко К. С. Загальнонаукові підходи до формування економічного потенціалу підприємства в торгівлі URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5\\_2018/35.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/35.pdf) (дата звернення: 10.02.2023).

