

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНА СТРАТЕГІЯ СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ»

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

Студента 4 курсу, 15 групи,
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини», освітньої
програми «Міжнародний бізнес»

(підпис)

Гавриленка
Дениса
Сергійовича

Науковий керівник
кандидат економічних наук, доцент

(підпис)

Ладиченко
Катерина Іллівна

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
доцент

(підпис)

Лежепьокова
Вікторія
Геннадіївна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра світової економіки

Спеціальність «Міжнародні економічні відносини»

Освітня програма «Міжнародний бізнес»

Затверджую

Зав. кафедри _____

Г. Дугінець

«__» _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Гавриленко Денису Сергійовичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проєкту):

«Зовнішньоторговельна стратегія суб'єкта міжнародного бізнесу» (на матеріалах «Торгово-промислової палати України» м. Київ)

Затверджена наказом ректора від «__» _____ 2022 р. №__

2. Строк здачі студентом закінченого роботи (проєкту) травень 2023 р.

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

Мета роботи (проєкту): поглиблення теоретико-методичних засад та надання практичних рекомендацій щодо розробки зовнішньоторговельних стратегій суб'єкта міжнародного бізнесу.

Об'єкт дослідження: процес формування зовнішньоторговельної стратегії підприємства.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти здійснення зовнішньоторговельної діяльності підприємств.

4. Перелік графічного матеріалу: 3 таблиці та 8 рисунків.

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

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

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ
ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ СТРАТЕГІЙ СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО
БІЗНЕСУ

1.1 Сутність та ключові характеристики стратегії зовнішньоторговельної
діяльності підприємства

1.2 Аналіз зовнішньоторговельних стратегій вітчизняних суб'єктів міжнародного
бізнесу в умовах загострення геополітичних ризиків

Висновок до розділу 1

РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ
СТРАТЕГІЙ СУБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

2.1 Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу для
зовнішньоторговельної діяльності українських підприємств

2.2 Рекомендації щодо покращення зовнішньоторговельних стратегій підприємств
за допомогою підтримки ТПП України

Висновок до розділу 2

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

7. Календарний план виконання роботи (проєкту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	2	3	4
1.	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВКР	до 20.12.2022	20.12.2022
2.	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 10.02.2023	14.02.2023
3.	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 28.02.2023	-
4.	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 26.04.2023	-
5.	Подача готової ВКР науковому керівнику	до 20.05.2023	12.06.2023
6.	Подача готової ВКР на кафедру	до 23.05.2023	13.06.2023
7.	Попередній захист ВКР	за графіком (30.05.– 10.06.2023)	13.06.2023
8.	Захист ВКР	за графіком (13.06 – 24.06.2023)	за графіком (13.06 – 24.06.2023)

8. Дата видачі завдання «__» _____ 2022 р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проєкту):

Ладиченко К. І.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Керівник освітньої програми:

Лежеп'юкова В. Г.

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студента:

Гавриленко Д.С.

(прізвище, ініціали, підпис)

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)

Випускна кваліфікаційна робота виконана на тему, що затверджена у завданні. При написанні ВКР, студентом було дотримана цільова установка керівника та вихідні дані до роботи стосовно мети, предмету та об'єкту дослідження. За своєю структурою випускна кваліфікаційна робота відповідає плану визначеному у завданні. Випускна кваліфікаційна робота Гавриленка Д.С. носить описовий характер, не розкриває обрану тему повністю. Студент повністю порушив графік виконання випускної кваліфікаційної роботи. Разом з тим, автору вдалось розкрити теоретичні основи розробки зовнішньоторговельної стратегії суб'єкта міжнародного бізнесу та визначити основні напрями діяльності ТПП. У другому розділі проведено аналіз зовнішньоторговельної діяльності України. На основі проведеного аналізу наведено окремі рекомендації щодо покращення процесу розробки зовнішньоторговельної стратегії в умовах загострення геопросторових протиріч. Поставлені у завданні цілі досягнуто тільки частково, рекомендовані у методичних рекомендаціях показники та методики не було застосовано.

Робота відповідає вимогам щодо оформлення та може бути допущена до публічного захисту.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)

_____ Ладиченко К.І.

(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проєкт)

Випусна кваліфікаційна робота (проєкт) студента Гавриленко Д.С. може бути допущена до захисту екзаменаційної комісії.
(прізвище, ініціали)

Керівник освітньої програми _____ Лежетько В.Г.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Дугінець Г.В.

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2023 р.

АНОТАЦІЯ

Гавриленко Денис Сергійович. Зовнішньоторговельна стратегія суб'єкта міжнародного бізнесу (на матеріалах «Торгово-промислової палати України» м. Київ).

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю «Міжнародні економічні відносини», освітньою програмою «Міжнародний бізнес». Державний торговельно-економічний університет, 2023.

Випускна кваліфікаційна робота присвячена актуальними питанням дослідження стратегій зовнішньоторговельної діяльності підприємства. Проаналізовано зовнішньоторговельні стратегії вітчизняних суб'єктів міжнародного бізнесу в умовах загострення геополітичних ризиків. Сформульовано рекомендації щодо розвитку зовнішньоторговельних стратегій суб'єктів міжнародного бізнесу.

Ключові слова: зовнішньоторговельна стратегія, геополітичні ризики, експорт, імпорт, фактори, міжнародний бізнес, суб'єкт міжнародного бізнесу.

ANNOTATION

Havrylenko Denys. Foreign trade strategy of an international business entity (based on the materials of the Chamber of Commerce and Industry of Ukraine, Kyiv).

Final qualifying paper for a master's degree work for the bachelor's degree in "International Economic Relations", "International Business". State University of Trade and Economics, 2023.

The final qualification work is devoted to topical issues of the study of strategies of the enterprise's foreign trade activity. The foreign trade strategies of domestic subjects of international business in the conditions of aggravation of geopolitical risks are analyzed. Recommendations on the development of foreign trade strategies of international business entities have been formulated.

Key words: foreign trade strategy, geopolitical risks, export, import, factors, international business, subject of international business.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ СТРАТЕГІЙ СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ.....	5
1.1 Сутність та ключові характеристики стратегії зовнішньоторговельної діяльності підприємства	5
1.2 Аналіз зовнішньоторговельних стратегій вітчизняних суб'єктів міжнародного бізнесу в умовах загострення геополітичних ризиків.....	11
Висновок до розділу 1.....	19
РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ СУБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ.....	21
2.1 Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу для зовнішньоторговельної діяльності українських підприємств.....	21
2.2 Рекомендації щодо покращення зовнішньоторговельних стратегій підприємств за допомогою підтримки ТПП України.....	26
Висновок до розділу 2.....	32
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	37
ДОДАТКИ.....	41

ВСТУП

На сучасному етапі будь-яке підприємство, яке функціонує та веде зовнішньоекономічну діяльність в умовах невизначеності та ризику, має проблеми виживання та сталого розвитку. Ця проблема вирішується різними способами. Зовнішньоекономічна діяльність стала вирішальним чинником розвитку національного виробництва в умовах глобалізації світового господарств, коли економічні кордони між країнами поступово «зникають», особливо важливим для розвитку національних підприємств в умовах російської військової агресії та війни проти України. Так експортна стратегія дає можливість українським виробникам розширити свої ринки збуту та збільшити свої доходи, що позитивно вплине на суб'єктів господарювання та країну в цілому.

Перспективи економічного розвитку та відновлення України невіддільні від можливості збільшення експорту, та імпорту вітчизняних компаній. Розвиток зовнішньоторговельних стратегій може забезпечити стабільність промислового виробництва, що безпосередньо впливає на стабільність національної валюти. Реальне залучення країн до зовнішньоекономічної діяльності є складним багатоетапним процесом. Проте сформована стратегія дає можливість українським виробникам розширити свої ринки збуту та збільшити свої доходи, що позитивно вплине на суб'єктів господарювання та країну в цілому.

Сучасний розвиток української зовнішньоекономічної діяльності характеризується суттєвою зміною можливостей такої діяльності в усіх структурних компонентах підприємства, визначенням потенційних ринків збуту та формуванням ефективних стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок.

Питання формування та реалізації зовнішньоторговельних стратегій підприємств на зовнішньому ринку досліджували В. Білошапка, С. Ілляшенко, С. Ковальчук, О. Мазур, Д. Мельник, В. Міщенко, В. Подольна,

В. Щелкунов, О. Чернега, та ін. У закордонній науковій літературі це питання займає центральне місце в працях таких відомих науковців, як Д. Аакер, Г. Ассель, Р. Грант, Дж. Дей, Дж. Траут, М. Портер, Ф. Котлер, І. Ансоф, Ж-Ж. Ламбен, Дж. О'Шонессі, Дж. Еткінсон, Д. Кревенс, Г. Мак-Дональд та ін.

Метою роботи є поглиблення теоретико-методичних засад та надання практичних рекомендацій щодо розробки зовнішньоторговельних стратегій суб'єкта міжнародного бізнесу.

- визначити сутність та ключові характеристики зовнішньоторговельної стратегії підприємства;
- проаналізувати діяльність зовнішньоторговельних стратегій вітчизняних суб'єктів міжнародного бізнесу в умовах загострення геополітичних ризиків;
- здійснити оцінку сприятливості середовища міжнародного бізнесу для зовнішньоторговельної діяльності українських підприємств;
- надати рекомендації щодо покращення зовнішньоторговельних стратегій підприємств за допомогою підтримки ТПП України.

Об'єктом дослідження є процес формування зовнішньоторговельної стратегії підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти здійснення зовнішньоторговельної діяльності підприємств.

Методи дослідження. Основними методами, що було використано під час написання роботи стали: аналіз, синтез, узагальнення, статистичний, графічний та табличний методи.

Практична цінність полягає в тому, що отримані результати дослідження можуть бути використані підприємствами в процесі розробки зовнішньоторговельної стратегії.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків – викладених на 34 сторінках, списку використаних джерел що налічує 32 найменування. В роботі міститься 3 таблиці, 8 рисунків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ СТРАТЕГІЙ СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

1.1 Сутність та ключові характеристики стратегії зовнішньоторговельної діяльності підприємства

Динаміка інтеграційних процесів, співпраця України з СОТ, створення вільної Зони торгівлі з Європейським Союзом, серйозний дисбаланс попиту та пропозиції на зовнішніх ринках мають серйозний вплив на вітчизняну економіку, особливо на компанії, що орієнтовані на зовнішнього споживача. Виходячи з цього, зовнішньоторговельна орієнтація фірми та підвищення прибутковості більше не розглядаються окремо в її функціональній архітектурі. З цих позицій вітчизняним компаніям необхідно розробити самостійні зовнішньоторговельні стратегії з метою застосування результатів їх реалізації до управління прибутковістю.

Зовнішньоторговельна стратегія фірми є складною економічною категорією, і єдиного пояснення її природи сьогодні не існує. Так, на думку Алімова О., зовнішньоторговельна стратегія – довгостроковий курс діяльності, що містить комплекс завдань з розвитку не лише комерційної, а також інвестиційної, науково-технічної, виробничої та сервісної діяльності з зарубіжними партнерами та систему заходів, направлених на вирішення поставлених завдань [1, с. 37].

Можна сказати, що у вивченні сутності зовнішньоторговельна стратегії автор використовує системний підхід, розглядаючи всю сукупність поведінки підприємств на зовнішніх ринках як торгову систему, що впливає один на одного. Загалом такий підхід можна вважати доцільним, оскільки активна інтеграція фірм у зовнішню торгівлю в кінцевому підсумку може стати фактором посилення інвестиційної, науково-виробничої складових

зовнішньоекономічної діяльності. Однак цей зв'язок часто спостерігається у разі регулярного експорту на кілька ринків [2], що можна вважати недоліком запропонованого автором визначення.

Вербицька Г.Л. визначає зовнішньоторговельну стратегію як базовий план дій, що визначає пріоритетні напрямки діяльності фірми на зовнішніх ринках з урахуванням наявних у неї ресурсів та потреб зовнішніх ринків. Автора можна вважати прихильниками цільового підходу до визначення імпортно-експортної стратегії, оскільки запропоноване визначення фокусується на цілях діяльності, а не на інструментах, які можуть сприяти її реалізації [2].

В роботах Гавриленко Т.В., та Бродюка І.В. [3, с. 12] також можна знайти у визначенні зовнішньоторговельної стратегії як процесу управління для встановлення та підтримки стратегічної відповідності між цілями фірми та її потенціалом у галузевому секторі [6, с. 55]. Ці автори є прихильниками процесного підходу, що виражається в їх інтерпретації стратегій як серії послідовних дій. У той же час дослідникам ще належить визначити інструменти, за допомогою яких можна досягти балансу цілей і можливостей, що, на нашу думку, значно знижує практичну цінність запропонованого визначення.

Галасюк В.В. визначає зовнішньоторговельну стратегію як низку дій для оцінки експортного потенціалу компанії шляхом порівняння можливостей і ресурсів компанії, отримання консультацій експертів, вибору ринку та визначення експортних цілей для виведення продукції компанії на зовнішні ринки. Очевидно, що ці дослідники є прихильниками процесного підходу стратегічного управління, оскільки запропоноване ними визначення базується на перерахунку етапів процесу формування та реалізації експортної стратегії [7].

В цілому класифікація підходів до визначення сутності зовнішньоторговельної стратегії відображена на рис. 1.1.

Підхід	<ul style="list-style-type: none"> • Сутність зовнішньоторговельної стратегії, автори, переваги та недоліки
Системний підхід	<ul style="list-style-type: none"> • Зовнішньоторговельна стратегія підприємства формується з урахуванням можливостей усіх підрозділів підприємства з метою розширення діяльності компанії у географічному та функціональному вимірах • Авторі: Рокоча В.В., Шевельова Д.В. • Переваги: дозволяє врахувати усі сильні сторони підприємства та розробляється з урахуванням реально існуючого потенціалу підприємства • Недоліки: спостерігається певне розсіювання цілей, оскільки ієрархічність у постановці завдань відсутня
Цільовий підхід	<ul style="list-style-type: none"> • Комплекс заходів у межах стратегії визначається кінцевою метою • Олінс Б., Попов С.В. • Переваги: усі елементи стратегії повною мірою підпорядковуються досягненню кінцевої мети • Недоліки: формування стратегії відбувається без врахування можливостей підприємства
Процесний підхід	<ul style="list-style-type: none"> • Експортна стратегія розглядається як сукупність дій, спрямованих на закріплення на зарубіжних ринках • Бочасєва З.Н., Кредісова А., Дерев'яненко О., Деніелс Д., Радеб Х. • Переваги: передбачається етапність розробки та реалізації стратегії, що дає можливість її оперативного корегування • Недоліки: зовнішньоторговельна стратегія фактично не пов'язана з реальними показниками підприємства та корегується лише у процесі її реалізації

Рис. 1.1. Класифікація підходів до визначення сутності зовнішньоторговельної стратегії

Джерело: побудовано автором

Таким чином, зовнішньоторговельна стратегія являє собою набір виробничих, маркетингових, правових та сервісних інструментів, відображених в довгостроковий план з метою виходу на зовнішні ринки та/або зміцнення своїх позицій. Вважаємо, що така комбінація існуючих визначальних елементів дозволяє найбільш точно висвітлити суть стратегії компанії.

Розробка зовнішньоторговельної стратегії компанії є засобом реалізації її довгострокового плану, який орієнтований на інтенсивне зростання через створення продуманої системи управління прибутковістю. Результат

впровадження інновацій та розвитку у виробничий процес слід розуміти як один із ключових елементів його екстенсивного зростання, а результат управління прибутком як один із ключових елементів довгострокових цілей та інтенсивного зростання. Не менш важливим є вплив зовнішнього середовища, воно активізує внутрішні потенційні можливості підприємства та визначає його здатність визначати потрібну експортну стратегію для підвищення прибутковості, проте з урахуванням таких чинників орієнтованості [8; 9; 10]:



Рис. 1.2. Чинники зовнішньоторговельної орієнтованості підприємства

Джерело: побудовано автором на основі [8; 9; 10]

Наступним кроком виділимо ключові елементи, які необхідні для побудови комплексної та успішної стратегії [8; 9; 10]:

1. Запустити програму розширення зовнішньоторговельного ринку.

Так, доцільно організувати програму розширення. Для цього необхідно

призначити керівників програми та команди. Доцільно здійснити порівняльну оцінку готовності компанії та оцінку експорту/імпорту.

Також необхідно розробити довгострокову програму та фінансові цілі, які визначають можливості для реалізації програми.

2. Доцільно здійснити націльтесь на зовнішньоторговельні ринки з високим потенціалом. Так необхідно вибрати найкращі продукти для потенційних клієнтів, оцінити продукти з потенціалом щодо перешкод, які можуть виникнути – експорт, імпорт, продаж, логістика та інші перешкоди. Доцільно обрати найбільш перспективні продукти та розставити відповідні пріоритети.

На цьому етапі доцільним є визначення організацій просування експорту (ОПЕ), здійснити встановлення робочих відносин, інвентаризацію доступних послуг та координація ресурсів ОПЕ з відповідними ресурсами компанії. На цьому етапі також доцільним є визначення цільових ринків з високим потенціалом та встановити критерії вибору індикаторів для вибору ринку.

3. Необхідно розробити плани розширення експортно-імпортного ринку. Доцільно визначити методи входу на ринок, переглянути варіанти методів входу на ринок. На даному етапі також здійснюється оцінка варіантів щодо цільових ринків та вибір найбільш оптимального методи входу на ринок для кожного ринку та товару. Далі здійснюється вибір сегментів ринку та каналів збуту, досліджуються цільові ринки, щоб визначити потенційні сегменти ринку та канали збуту. Також доцільно на даному етапі проаналізувати та визначити відповідні канали збуту. Також здійснюється визначення продукту, ціни та маркетингового дослідження цільового ринку для виявлення конкурентів. Також здійснюється аналіз товарів конкурентів, що сегментів ринку, каналів збуту, умов торгівлі та оплати, цін та рекламних акцій.

4. Створити ефективну організацію. На даному етапі необхідним є уточнення процесів та політик, розробка блок-схеми процесів. Також доцільно розробити плани щодо покращення координації, коригування політики та процесів, щоб пристосуватися до прискореної діяльності.

Далі здійснюється призначення зовнішньоторговельної команди в масштабах компанії. Визначається підрозділи та посади із завданнями, пов'язаними з імпортом і експортом. Інвентаризація навичок та потреб у навчанні персоналу. Також доцільно планувати та ініціювати внутрішні та зовнішні можливості навчання.

Відбувається планування участі у рекламних заходах, а також визначаються цільовий ринок, глобальні виставки та інші рекламні заходи. Оцінка варіантів та вибір заходів, в яких братиме участь компанія, здійснюється планування участі у заходах.

Необхідно визначити тип методів встановлення першого контакту, які будуть використовуватись на кожному цільовому ринку. Розробити матеріали для першого контакту, які будуть використовуватись. Визначити джерела контактної інформації.

Організувати початковий процес перевірки запитів партнерів-дистриб'юторів. Спланувати дії з реагування, які будуть використовуватися, та розробити відповідні повідомлення та матеріали.

5. Створити успішну дистриб'юторську мережу. На даному етапі доцільним є здійснення рекламних заходів та участь у рекламних заходах. Здійснити підбір кандидатів у партнери зі збуту, оцінити рекламні заходи та заходи зі збуту. Перевірка та вибір кращих партнерів по збуту. Так спочатку потрібно переглянути та дати відповідь на запити партнерів зі збуту, перевіряти та вибирати найбільш перспективних партнерів. Далі повинно відбуватися завершення угод з партнером-дистриб'ютором згідно чого доцільно укласти угоди з партнерами зі збуту.

6. Створення прибуткових глобальних продажів. Тут доцільним є ініціювати заходи щодо продажу, підготуватися до участі у рекламних заходах із продажу. Здійснювати заходи щодо стимулювання збуту. Аналізувати запити на продаж та проводити оцінку заходів щодо стимулювання збуту. Також доцільно здійснювати погодження остаточних умов продажу та цін. Вивчити замовлення на купівлю та платіжні документи, приймати та підтверджувати умови та обсяги імпорту/експорту, здійснювати підготовку та відправлення замовлень. Завершенням даного етапу є оцінка результатів продажів.

Отже, зовнішньоторговельна стратегія являє собою набір виробничих, маркетингових, правових та сервісних інструментів, відображених в довгостроковий план з метою виходу на зовнішні ринки та/або зміцнення своїх позицій. Вважаємо, що така комбінація існуючих визначальних елементів дозволяє найбільш точно висвітлити суть зовнішньоторговельної стратегії компаній.

1.2 Аналіз зовнішньоторговельних стратегій вітчизняних суб'єктів міжнародного бізнесу в умовах загострення геополітичних ризиків

Досліджуючи роботу організації «ТПП України» варто зазначити, що це організація місією якої є забезпечення сприятливого бізнес-середовища в Україні, дана організація формує і розширює можливості для розвитку бізнесу через формування і відкриття нових ринків для вітчизняного експорту, що сприяє динаміці розвитку вітчизняних підприємств і пришвидшує їх інтеграцію в світову економіку.

З моменту заснування ІСАС здійснив розгляд понад 11000 справ, щорічно приймаючи до розгляду в середньому 300-600 справ. Зазвичай сторонами у справах є представники в середньому з 50-55 країн.

Арбітражний розгляд ICAC відповідає найкращим світовим стандартам, а рішення інституції успішно виконуються у 110 країнах світу.

Для більш детальної характеристики сформуємо організаційну структуру організації «ТПП України» на рис.1.3.

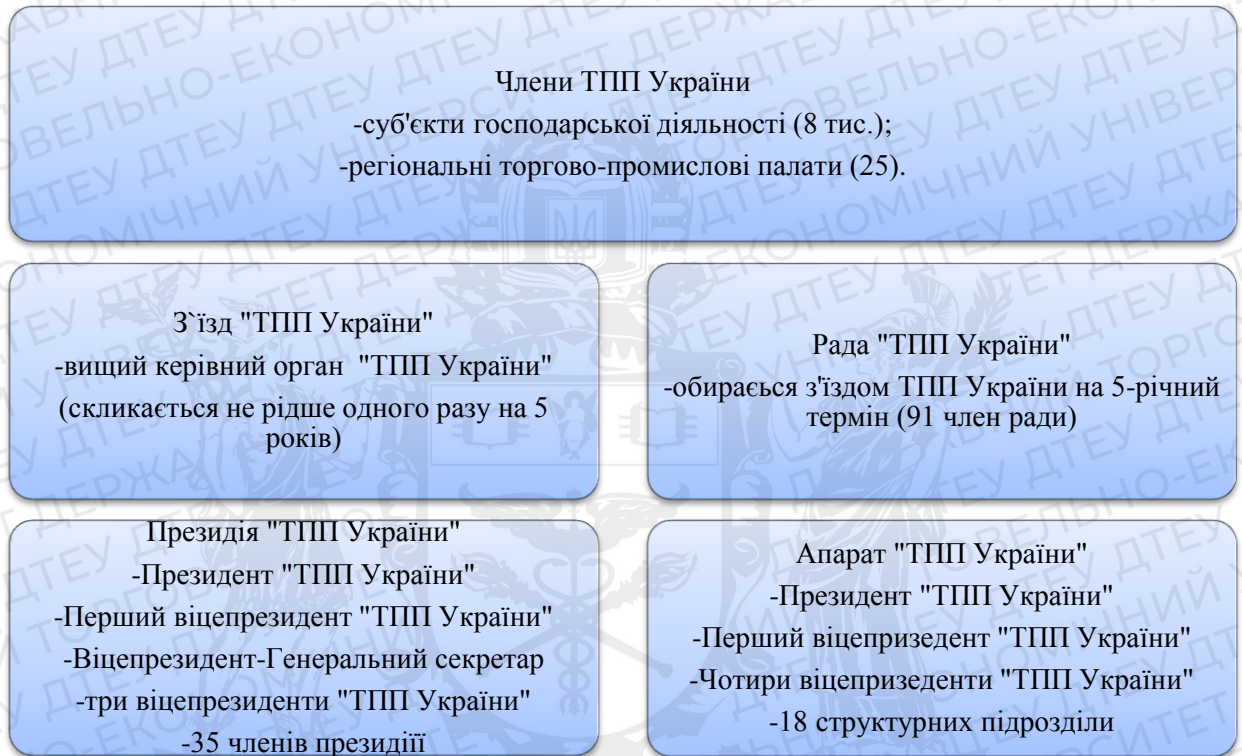


Рис.1.3 Організаційно-правова структура роботи «ТПП України»

Джерело: [11]

Проводячи аналітику по роботі об'єкту дослідження варто також сконцентрувати увагу на переліку галузей, що підтримуються «ТПП України» в процесі страхування їх підприємницьких і комерційних угод, зокрема на рис.1.4. відображено детальний перелік галузей, що піддаються страхуванню найбільше.

Для кращої інтеграції з ринком ЄС Україна узгоджує багато своїх норм та стандартів у промисловій та сільськогосподарській продукції. Україна також узгоджує своє законодавство з ЄС у сферах торгівлі, таких як:

- конкуренція;
- технічні бар'єри в торгівлі (ТВТ);

- санітарні та фітосанітарні (СФС);
- сприяння митному режиму та торгівлі;
- захист прав інтелектуальної власності.

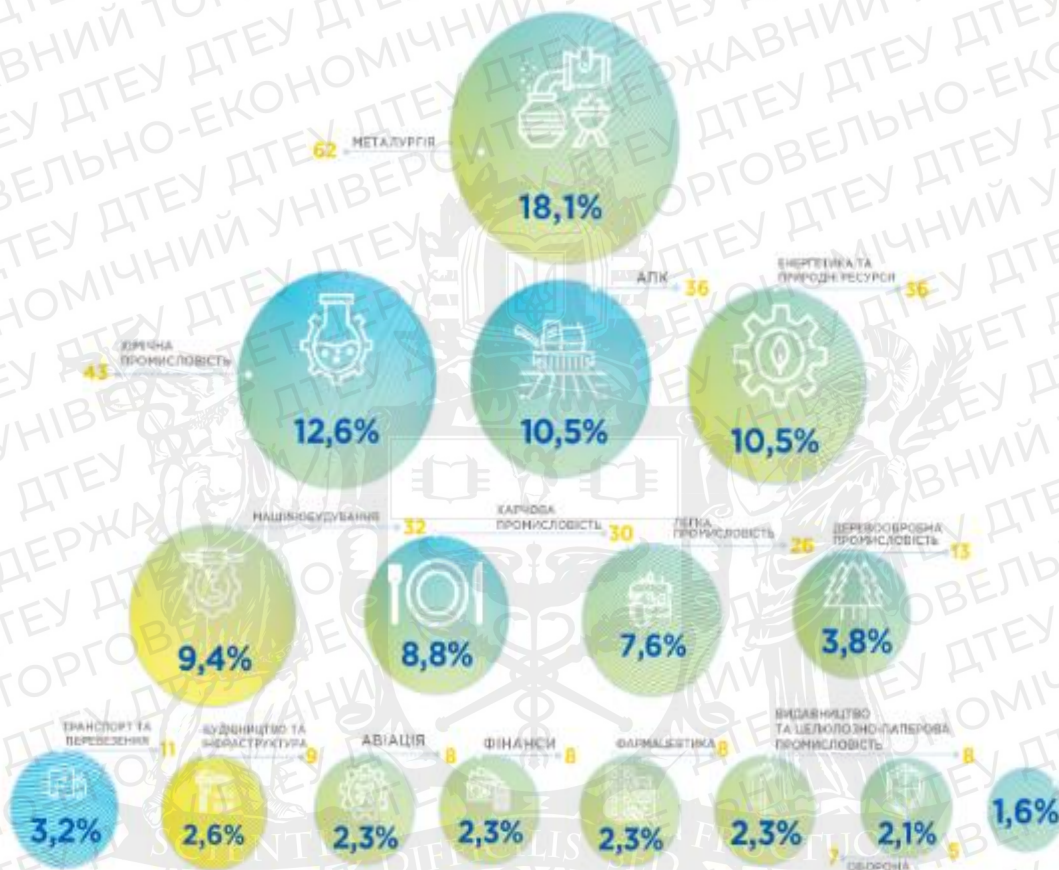


Рис.1.4 Звітність по підтримці міжнародних зовнішньо-торгівельних операцій організацією «ТПП України» в розрізі по галузям станом на 2022 р.

Джерело: [11]

Досліджуючи зовнішньоторговельні стратегії вітчизняних суб'єктів міжнародного бізнесу в умовах загострення геополітичних ризиків доцільно відобразити наступні завдання «ТПП України» по допомозі суб'єктам господарювання на рис.1.5. Стратегічна підтримка в умовах геополітичних ризиків – це не лише певна кількість концепцій, підходів і методів, це динамічний процес для аналізу, вибору стратегій суб'єкта міжнародного підприємництва, планування, забезпечення та впровадження встановлених планів, включаючи повторюваний процес.



Рис. 1.5. Основні стратегічні завдання «ТПП України» по допомозі суб'єктам господарювання на міжнародному ринку

Джерело: побудовано автором на основі [11]

Для «ТПП України» характерний пошук найбільш ефективних механізмів стратегічного планування для управління галузевим та комплексним підприємством. Однією з фаз є початок реалізації комплексних проектів, основними завданнями яких є ефективна організація систем управління, інтеграція виробничих процесів, об'єднання всіх сфер діяльності в єдину інформаційну систему.

Одним із важливих кроків в роботі суб'єктів міжнародного бізнесу на зовнішніх ринках стало поетапне впровадження систем управління стратегіями на базі ERP. Впровадження ERP передбачає поступове вдосконалення управління основними напрямками господарсько-виробничої діяльності. Це мінімізує витрати, модернізує бізнес-процеси та підвищує ефективність самих стратегій.

Зовнішньоторговельні стратегії включають набір стратегічних підходів та дій, які підприємства використовують для залучення клієнтів, збільшення обсягів продажів та розширення свого присутності на зовнішньому ринку. Зовнішньоторговельні стратегії вітчизняних суб'єктів міжнародного бізнесу в умовах загострення геополітичних ризиків можуть включати в себе:

1. Експортна стратегія: підприємство зосереджує свої зусилля на вивезенні своїх товарів або послуг за кордон. Це може включати використання дистриб'юторів, агентів або власних продажних представників у зарубіжних країнах.

2. Імпортна стратегія: підприємство зосереджує свої зусилля на ввезенні товарів або послуг з-за кордону для подальшого продажу на внутрішньому ринку. Це може включати укладання договорів з постачальниками з інших країн або встановлення власних дочірніх підприємств за кордоном.

3. Ліцензування та франчайзинг: підприємство надає ліцензії іншим компаніям для використання своїх товарних знаків, технологій або бізнес-моделей. Це дозволяє розширити географічну присутність та отримувати дохід від ліцензійних платежів або роялті.

4. Спільне підприємство: підприємство утворює спільну підприємницьку структуру з компанією з іншої країни для спільної реалізації проекту або виробництва товарів. Це може допомогти зменшити ризики та витрати, а також отримати доступ до нових ринків.

5. Стратегія прямих іноземних інвестицій: підприємство вкладає свої ресурси у створення або придбання компаній за кордоном. Це дозволяє отримати прямий контроль над виробничими потужностями, розширити ринкову присутність та забезпечити доступ до нових технологій.

6. Розвиток нових ринків: підприємство фокусується на пошуку та впровадженні нових ринків, які можуть бути малорозвиненими або експансивними. Це може включати розширення в географічному аспекті або

розробку нових цільових сегментів.

7. Адаптація до місцевих потреб: підприємство враховує особливості місцевої культури, звичаїв, законодавства та економічного середовища при розробці своїх зовнішньоторговельних стратегій. Це допомагає підприємству адаптуватися до місцевих умов та забезпечити успіх на ринку.

8. Стратегія цінової конкуренції: підприємство зосереджується на конкурентоспроможних цінах своїх товарів або послуг, що дозволяє привернути більше клієнтів та здобути конкурентну перевагу на ринку.

9. Стратегія інновацій: підприємство активно впроваджує нові технології, продукти або послуги для залучення клієнтів та відмінності від конкурентів. Інновації можуть бути пов'язані з розробкою нових продуктів, поліпшенням процесів виробництва або впровадженням нових маркетингових стратегій. Розглянемо фактори, властиві PEST-аналізу (економічні, соціальні, політичні та технологічні) для дослідження зовнішнього середовища.

Проаналізуємо обсяги експорту України в 2016-2021 роках та частку експорту (табл.1.1), що підтримуються «ТПП України».

Таблиця 1.1

Динаміка експорту товарів в 2016-2021 рр.

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Відх., +/-	Відх., %
Експорт в ЄС, млн.дол. США	13 496,30	17 533,40	20 157,00	20 750,70	18 604,90	21 520,66	8 024,36	59,46
Всього експорт, млн.дол. США	36 361,70	43 264,70	47 335,00	50 054,60	49 191,80	54 468,90	18 107,20	49,80
Частка експорту ЄС, %	37,12	40,53	42,58	41,46	37,82	39,51	2,39	

Джерело: [9-12]

За 5 років обсяги експорту товарів виросли на 49,8%. Як бачимо, обсяги експорту в країни ЄС з 2016 по 2021 рік виросли на 49,8%, що

дозволило збільшити частку експорту в країни ЄС на 2,39%. Товарна структура експорту з України в ЄС в 2020 році наведена на рис.1.6.



Рис.1.6. Товарна структура експорту товарів з України в ЄС в 2021 році, %

Джерело: [9-12]

Як бачимо, на експорт з України поступають переважно сировина (18,1% – продукти харчування, 16,7% - недорогоцінні метали, 11,1 % - мінеральні продукти), позитивним є те, що частка поставок машин і устаткування в 2020 році склала 14,8%. Україна через пандемію коронавірусу дещо зменшила обсяги сільськогосп.експорту в ЄС, проте їй вдалось утримати позиції одного з найбільших експортерів сільгосп.продукції до ЄС.

Проаналізуємо обсяги імпорту в Україну в 2016-2021 роках та частку імпорту (табл.1.2), що підтримуються «ТПП України».

Таблиця 1.2

Динаміка імпорту товарів в 2016-2021 роках

Показники	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Відх., +/-	Відх., %
Імпорт в ЄС, млн.дол. США	17 140,8	20 799,4	23 216,5	25 012,2	23 859,7	25 294,71	8 153,91	47,57
Всього імпорт, млн.дол. США	39 249,8	49 607,2	47 335,0	50 054,6	54 336,1	57 034,30	17 784,50	45,31
частка імпорту ЄС, %	43,67	41,93	49,05	49,97	43,91	44,35	0,68	

Джерело: [9-12]

Як бачимо, імпорт товарів до України також виріс за 5 років на 45,31%, 47,57% складає імпорт товарів з ЄС від загального обсягу імпорту України в 2020 році. Структура імпорту товарів наведена на рис.1.5. Як бачимо, Україна експортує 21,3% – машини та обладнання, 18,9% – продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей (переважно паливо), 11,9% – засоби наземного транспорту, 8,7% – мінеральні продукти.

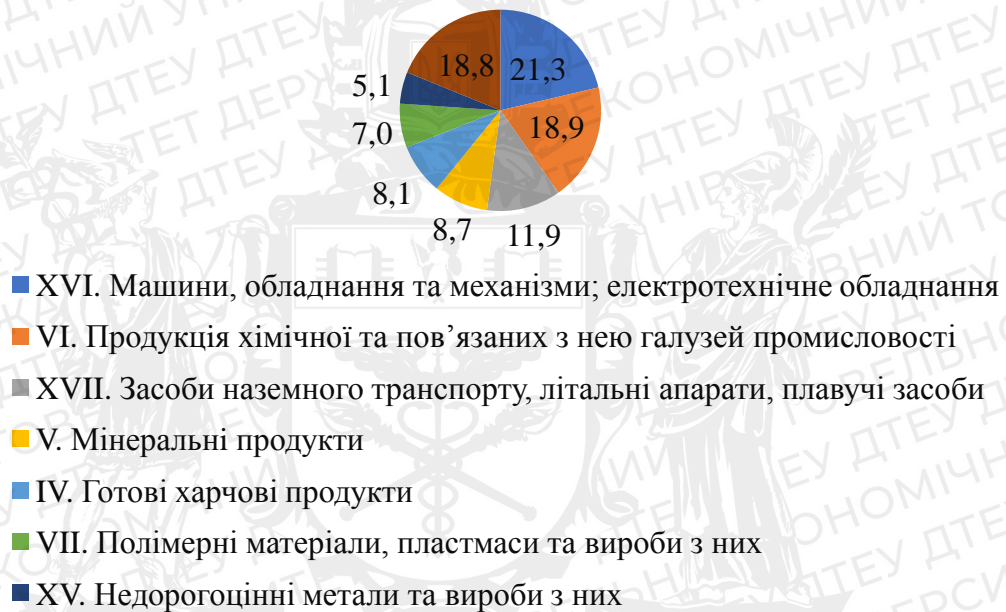


Рис.1.7. Товарна структура імпорту товарів з України в 2021 році, %
Джерело: [9-12]

Основними товарними групами в експорті товарів з України були продукція рослинного походження, мінеральні продукти та недорогоцінні метали. Імпорт товарів з країн ЄС з 2015 по 2020 рік має динаміку до зростання (на що значний вплив мало погіршення політичних та економічних відносин з РФ, яка до 2014 року була головним торгівельним партнером України). Основними статтями імпорту протягом 2018-2019 рр. були продукція хімічної та пов'язаної з нею галузей промисловості (18,9%), машини, обладнання та механізми (21,3%) та засоби наземного транспорту (11,9%). Отже, сучасні зовнішньоторгівельні стратегії відрізняються широким спектром підходів, що відображають сучасні тенденції та виклики у

глобальній торгівлі. Наведемо перелік актуальних зовнішньоторговельних стратегій у підприємстві:

Стратегія розширення на нові ринки: Компанії шукають можливості для розширення своєї географічної присутності, входячи на нові ринки з високим потенціалом зростання. Це може включати шукання нових ринків у розвиваючихся країнах або вихід на ринки зрілих економік, де попит на конкретні товари або послуги є високим.

Стратегія цифрової торгівлі: З поширенням інтернету та електронної комерції компанії активно використовують цифрові платформи для залучення клієнтів та розширення своєї глобальної присутності. Це може включати створення власних онлайн-магазинів, участь у маркетплейсах або використання соціальних медіа для маркетингу та продажу.

Стратегія утворення партнерств: Компанії шукають можливості для співпраці та утворення стратегічних партнерств з іншими компаніями, що дозволяє об'єднати ресурси, експертизу та ринковий доступ. Це може бути утворення спільних підприємств, об'єднання для спільних поставок або розробка спільних маркетингових кампаній.

Висновок до розділу 1

Отже, в ході дослідження було проведено відображено класифікацію підходів до визначення сутності зовнішньоторговельної стратегії, сформовано перелік чинників зовнішньоторговельної орієнтованості підприємств. Встановлено, що зовнішньоторговельна стратегія являє собою набір виробничих, маркетингових, правових та сервісних інструментів, відображених в довгостроковий план з метою виходу на зовнішні ринки та/або зміцнення своїх позицій. Вважаємо, що така комбінація існуючих визначальних елементів дозволяє найбільш точно висвітлити суть зовнішньоторговельної стратегії компаній. Також було відображено організаційно-правову структуру роботи «ТІП України». Наведено звітність

по підтримці міжнародних зовнішньо-торговельних операцій досліджуваною організацією в розрізі по галузям станом на 2022 рік. Відображено Основні стратегічні завдання «ТІП України» по допомозі суб'єктам господарювання на міжнародному ринку. Також було відображено товарну структуру експорту і імпорту товарів з України до ЄС в 2021 році.



РОЗДІЛ 2

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ СУБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

2.1 Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу для зовнішньоторговельної діяльності українських підприємств

В 2022 році світова економіка зіткнулась з 2 глобальними проблемами: війна в Україні та подальше розповсюдження пандемії COVID-19. Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу для зовнішньоторговельної діяльності українських підприємств залежить від кількох факторів, включаючи правову систему, митні процедури, регулятивну політику, інфраструктуру, доступ до ринків, корупцію та політичну стабільність. На початку оцінки сприятливості слід провести дослідження динаміки і прогнозу зростання ВВП для зовнішньоторговельної діяльності українських підприємств у табл.2.1.

Таблиця 2.1

Динаміка та прогноз зростання ВВП, %

Реальний ВВП (%)	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Прогноз 2022 р.	Прогноз 2023 р.
Світ	2,6	-3,4	5,5	4,1	3,2
Країни з розвинутою економікою	1,7	-4,6	5,0	3,8	2,3
Країни з ринком, що формується, і країни, що розвиваються	3,8	-1,7	6,3	4,6	4,4
Східна Азія та Тихоокеанський басейн (EAP)	5,8	1,2	7,1	5,1	5,2
Європа та Центральна Азія (ECA)	2,7	-2,0	5,8	3,0	2,9
Україна	3,2	-4,0	3,4	3,2	3,5
Латинська Америка та Карибський басейн (LAC)	0,8	-6,4	6,7	2,6	2,7
Близький Схід та Північна Африка (MNA)	0,9	-4,0	3,1	4,4	3,4
Африка на південь від Сахари (SSA)	2,5	-2,2	3,5	3,6	3,8

Джерело: сформовано автором на основі [22-26]

Очікується, що темпи глобального зростання в 2023 році сповільняться до 4,1 %, відображаючи наслідки економічної кризи від війни в Україні, що також сформовані за рахунок фіскальної підтримки і проблемних місцях в постачаннях. Також прогнозується повернення обсягів виробництва та інвестицій у країнах з розвинутою економікою до рівня, що існував до пандемії, проте в країнах з ринком, що формується, і країнах, що розвиваються вони залишаться помітно нижче.

Більш некерованою є ситуація з війною в Україні, яку веде РФ (Російська Федерація). Хоча частка України та РФ у світовому ВВП сумарно не перевищує 2%, але ці країни є великими постачальниками енергоресурсів, агропродукції (пшениця, кукурудза, ячмінь та олія) та різноманітної сировини. Частина аналітичних компаній та організацій в березні-квітні 2022 року вже скоригувала свої оцінки прогнозів динаміки світового ВВП, а інші зроблять це найближчим часом. За оцінками Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), внаслідок російської агресії проти України зростання світового ВВП скоротиться на 1%. Це еквівалентно приблизно \$1 трлн.

Ризики зниження глобальних перспектив включають синхронне відновлення пандемії, подальші перебої у постачанні, дестабілізацію інфляційних очікувань, несподіваний фінансовий стрес та можливі кліматичні катастрофи. Відповідно до цього можуть бути скориговані фактичні стратегії суб'єктів міжнародного підприємництва.

Вплив агресивних процесів Росії на світову економіку багатогранний. Якісь із можливих наслідків будуть подолані порівняно швидко, для вирішення інших можуть знадобитися роки та сотні мільярдів доларів інвестицій. Поки очевидно одне – наслідки війни РФ проти України відчуватимуться практично у всьому світі. Головною проблемою більшості країн світу стане інфляція. Саме вона впливатиме на рішення центробанків

щодо монетарної політики та настрою споживачів. За оцінками ОЕСР, внаслідок російської агресії інфляція у світі в середньому зростає на 2,5 %.

Західні санкції щодо Росії та відмова багатьох країн від постачання російських енергоносіїв внесли дисбаланс у світову торгівлю енергоресурсами, що вже призвело до зростання цін. За даними агентства Fitch, Росія постачає близько 10% світових енергоресурсів, у тому числі 17% природного газу та 12% нафти.

Введення західних санкцій проти РФ, а потім проти розвинених країн у відповідь призвело до розриву ланцюжків поставок. Обмежувальні заходи проти Росії - припинення авіасполучення, закриття рядом країн портів для російських судів, відмова світових контейнерних ліній працювати з вантажами з РФ та інші санкції - ускладнюють глобальну логістику.

За даними ОЕСР, на Україну та Росію припадає 30% світового експорту пшениці та 20% експорту кукурудзи. Ці дві країни є провідними експортерами агропродукції до багатьох країн Близького Сходу та Північної Африки. Логістичні збої через російську агресію вже призвели до зростання цін на хліб та інші основні продукти в цьому регіоні. Втім, уже зараз страждає і Європа, де також зростають ціни на продукти харчування.

Ситуацію значно посилює і заборона РФ на вивіз зернових – пшениці, жита, кукурудзи, ячменю – до країн Євразійського економічного союзу (ЄАЕС). Раніше країни ЄАЕС активно перепродавали російську агропродукцію до третіх країн, одержуючи її в РФ за внутрішніми цінами. Втім, Україна також заборонила вивезення м'яса, цукру, гречки та інших продуктів, а для експорту пшениці, кукурудзи та соняшникової олії тепер потрібен спеціальний дозвіл.

ООН вже прогнозує голод у країнах, залежних від постачання агропродукції з України та Росії, а також аварію продовольчої системи світу. За оцінками Мінагрополітики України, наша країна забезпечує продовольством понад 400 млн. людей у всьому світі без урахування

власного населення. На продовольчу безпеку, пов'язану зі зниженням постачання з України та Росії, США виділять \$11 млрд, а Європа – €2,5 млрд.

Зростання витрат на енергоносії та зниження прибутку компаній призводить до зменшення доступного власного інвестиційного ресурсу. Чим невизначенішим буде економічне майбутнє, тим швидше і масштабніше компанії скорочуватимуть свої інвестиційні плани.

Обсяги імпорту послуг в Україну за 5 років зросли на 46,07%, а імпорт послуг з ЄС при цьому виріс на 80,57%, при цьому частка імпорту послуг з країн ЄС зросла на 10,3% за 5 років та склала 55,8% - тобто більше половини послуг в Україну поступає від країн ЄС. Складемо зовнішньоторговельний баланс торгівлі товарами та послугами на прогнозовані 2022-20026 роки у табл.2.2.

Таблиця 2.2

Сальдо зовнішньоторговельних операцій по Україні в 2016-2021 рр.

Показники	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2025 р.	2026 р.	2027 р.
Всього експорт товарів, млн.дол. США	36 361,70	43 264,70	47 335,00	50 054,60	49 191,80	54 468,90
Всього імпорт товарів, млн.дол. США	39 249,80	49 607,20	47 335,00	50 054,60	54 336,10	57 034,30
Обсяги експорту послуг, млн.дол.США	9 868,00	10 714,40	11 638,00	15 628,90	11 387,60	12 432,51
Всього імпорт послуг, млн.дол. США	39 249,80	49 607,20	47 335,00	50 054,60	54 336,10	7 780,46
Всього експорт товарів та послуг, млн.дол. США	46 229,70	53 979,10	58 973,00	65 683,50	60 579,40	66 901,41
Всього імпорт товарів та послуг, млн.дол. США	78 499,60	99 214,40	94 670,00	100 109,20	108 672,20	64 814,76
Сальдо, млн.дол. США	-32 269,90	-45 235,30	-35 697,00	-34 425,70	-48 092,80	-2 086,66

Джерело: сформовано автором на основі[22-26]

Як бачимо, негативно сальдо зовнішньої торгівлі України за 5 років може скоротитись на 93,53 % та негативне сальдо торгових операції з країнами ЄС на 5 років може зрости на 10,62 %, що в цілому свідчитиме про низьку ефективність зовнішньої політики України відносно торгівлі з

Європою, але вказує на загальну динаміку до покращення. Під час оцінки сприятливості середовища міжнародного бізнесу для зовнішньоторговельної діяльності українських підприємств розглянемо такий показник як коефіцієнт покриття імпорту експортом (рис.2.1).

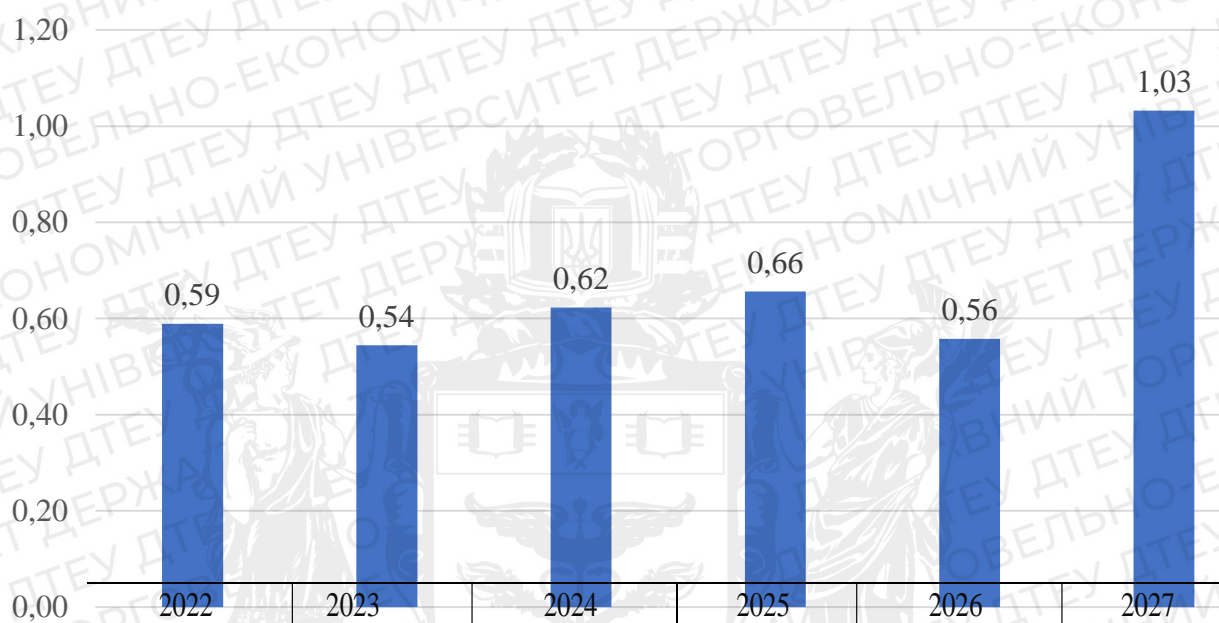


Рис. 2.1. Прогнозована динаміка коефіцієнта покриття імпорту експортом в 2022-2027 рр., %

Джерело: сформовано автором на основі[22-26]

Як бачимо, прогнозований коефіцієнт покриття експорту імпортом в цілому по Україні з 2022 по 2027 рік має тенденцію до зростання з 0,59% до 1,03.

Отже, основними проблемами для ведення зовнішньоторговельної діяльності українських підприємств є:

- орієнтація зовнішньої торгівлі України на країни СНД;
- нерівномірний розподіл експортного потенціалу країни;
- поширеність матеріаломісткого обладнання в експорті машинобудівної продукції;
- продукція на експорт є переважно сировинною;

- вітчизняні підприємства більшість продукції збувають на зовнішніх ринках, а тому їх доходи мають пряму залежність від коливань курсу валют;
- низька конкурентоспроможність української продукції, в тому числі через невідповідність стандартам ЄС;
- невідповідність української продукції стандартам якості країн ЄС та інших іноземних держав;
- продовження торгівельної агресії Росії (ефект ембарго щодо поставок українських харчових продуктів на її територію, застосування тарифів на режим найбільшого сприяння до українського експорту (в результаті одностороннього припинення дії Угоди про зону вільної торгівлі в межах СНД у відносинах з Україною), незаконна заборона транзиту товарів українського походження через територію Росії до інших країн).

Ще однією загрозливою тенденцією щодо розвитку зовнішньої торгівлі в Україні є збереження нерівномірного розподілу експортного потенціалу країни. Так, в 2020 році (за даними Держстатистики України), відбулася переорієнтація структури українського експорту на збільшення частки товарів, вироблених агропромисловим комплексом, порівняно з товарами інших категорій.

2.2 Рекомендації щодо покращення зовнішньоторговельних стратегій підприємств за допомогою підтримки ТПП України

На даний час однією з головних умов забезпечення ефективного функціонування економіки України є збільшення експортного потенціалу країни шляхом розширення ринків присутності та переорієнтації експорту та поставки високотехнологічної продукції. Через зміну часток України та традиційних зовнішніх ринках є необхідність в освоєнні нових ринків збуту.

Таким чином, необхідно розробити комплекс заходів для виходу на міжнародні ринки шляхом запровадження механізмів стимулювання інноваційної діяльності на державному рівні. У середньостроковому Пріоритетному плані дій уряду до 2027 року згадується про створення Hi-Tech Office, метою якого є підтримка та стимулювання інноваційних підприємств та стартапів, надання їм фінансування, необхідних консультаційних послуг та технічної допомоги на всіх етапах їх розвитку: від інноваційної ідеї до кінцевого продукту. Проте, на даний час інноваційний розвиток України все ще на низькому рівні.

За останні роки зовнішня торгівля перетворилася на дуже важливу галузь економіки для кожної країни. Проте, хоча обсяги світової торгівлі, під впливом глобалізації, зростають, міжнародна торгівля зазнає значних коливань внаслідок економічних криз, загострення енергетичної кризи, дефіциту сировини та інших проблем. Оскільки для України головним торговим партнером на даний час є країни ЄС, то є потреба в удосконаленні структури експорту товарів та послуг з України до ЄС з урахуванням вимог та стандартів ЄС. Це передбачає поступове збільшення ступеня переробки сировини, розширення асортименту готової продукції, зокрема високотехнологічної.

Зауважимо, що проблемою роботи суб'єктів міжнародного бізнесу за підтримки «ТПП України» є поставки низько-технологічного експорту Україною, що пояснюється невеликою кількістю високотехнологічної продукції, виробленої Україною. Тому існує потреба у збільшенні виробництва високотехнологічної продукції з метою подальшого збільшення її частки в експорті товарів. У даному питанні важлива роль відводиться державній підтримці а не лише «Торгово-промисловій палаті», яка передбачає не тільки вдосконалення законодавства та інфраструктури, а й надання інформаційних та консультаційних послуг підприємствам, допомогу національним підприємствам щодо прийняття участі у закордонних

виставках та ярмарках, та, найголовніше, надання фінансової підтримки шляхом надання експортних кредитів та їх страхування, державних гарантій тощо. Незважаючи на значні проблеми у розвитку торгових відносин між Україною та Європейським Союзом, важливо зазначити, що з точки зору експорту ринки ЄС потенційно привабливі для України. Окрім того, ЄС є потенційним інвестором, що важливо для технологічної модернізації та економічного розвитку України. Все вищезазначене допоможе Україні покращити перспективи присутності вітчизняних товарів на зовнішніх ринках та зайняти місце в економіці ЄС.

Для України в цілому впровадження європейських стандартів та вимог є перевагою, що дозволяє спонукати українських виробників підвищувати якість вироблених вітчизняних товарів та надаваних послуг. У свою чергу, забезпечення більш високої якості товарів на внутрішньому ринку сприяє підвищенню міжнародній конкурентоспроможності вітчизняної продукції, що створює потенціал для збільшення експорту не лише до ЄС, а й до інших країн.

Ще одним проблемним аспектом зовнішньоторговельних стратегій є значний дефіцит двосторонньої торгівлі з ЄС, який чинить тиск на платіжний баланс та вартість національної валюти. У цьому відношенні необхідно проаналізувати динаміку європейського імпорту та його структуру.

Імперативами формування зовнішньоторговельних стратегій у міжнародному співробітництві, насамперед на ринках Європейського Союзу, є [31; 32]:

- визначення цілей співпраці та вибір партнерів у міжнародному співробітництві;
- вибір секторів та сфер діяльності;
- визначення інструментів прийняття рішень та вибір форм співпраці;
- врахування впливу різних факторів, таких як ризики, вигоди,

привабливість, стимулювання, державна підтримка, створення рамкових умов тощо;

- використання механізмів державної допомоги та підтримки;
- створення координаційного центру співпраці.

Основним завданням держави має бути активне проведення реформ та модернізація всіх сфер економіки шляхом створення сприятливих умов для успішного ведення бізнесу та підприємництва відповідно до європейських стандартів, значного вдосконалення інституціональних структур державного регулювання, забезпечення їх ближче до принципів права ЄС. Важливо обрати ефективну стратегію інтеграції, враховуючи досвід країн, які приєдналися до ЄС та стали успішними. У зв'язку з цим основою вигідної торгівлі та сприятливого інвестиційного клімату в Україні, її євроінтеграційний розвиток є, насамперед, пошук принципово нових напрямків розвитку зовнішньоекономічної складової.

Проблемою підтримки «ТПП України» вітчизняних суб'єктів підприємництва є незначна диференціація товарної структури експорту. Причиною цього може бути небажання вітчизняного виробника відповідати вимогам та стандартизації Європейського Союзу щодо імпорتنих товарів. Національний виробник давно орієнтується на ринки країн СНД, які за розвитком та регулюванням схожі на український. В даний час відбувається переорієнтація на більш складний європейський ринок, і більшість виробників не готові активно співпрацювати з новим ринком через пережитки радянської ментальності. Звідси витікає проблема підвищення обсягів постачання сировини та напівфабрикатів, тоді, як для економіки України вигідним є торгівля готовою продукцією з вищою доданою вартістю. У 2018 році між ЄС та Україною було досягнуто домовленості про новий перелік актів енергозв'язку, необхідних для імплементації. Також було створено нову модель ринку електроенергії, забезпечено надійне та безперебійне централізоване постачання тепла, покращено ефективність

виробництва електроенергії та теплової енергії за рахунок реконструкції ТЕС та інших етапів.

Виробництво та експорт високотехнологічних товарів залишається важливим завданням для країни. Позитивна динаміка експорту високотехнологічних товарів збільшує швидкість економічного зростання країни та її конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Для збільшення експортного потенціалу України уряд України повинен слідувати стратегії розвитку, заснованій на економіці знань та побудованій стабільній національній системі інновацій. Національна інноваційна система - це комплекс зв'язків між різними агентами інновацій, такими як уряд, та підприємствами, що виробляють технології.

Зв'язок між основними економічними агентами національної інноваційної системи може визначатися трьома основними факторами: інфраструктура та рівень знань, що впливають на розвиток науки та генерацію нових технологій; взаємодія між компаніями та організаціями та іншими установами в галузі освіти та навчання; підтримка та просування науки та техніки урядом. В результаті технічної підтримки та комерціалізації інноваційні підприємства виробляють високотехнологічні товари, які можна експортувати по всьому світу.

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) розробила класифікатор SITC, який включає класифікацію високотехнічних товарів. Відповідно до класифікатора SITC, до груп високотехнологічних товарів належать аерокосмічна продукція, комп'ютерна та офісна техніка, електроніка та телекомунікації, фармацевтика, наукові прилади, електричні машини та обладнання, хімічна продукція, неелектричні машини та обладнання, відповідно використання цього класифікатора «ТПП України» для вітчизняних суб'єктів підприємництва було б рекомендованим для діяльності в умовах сьогодення.

Для того, щоб збільшити високотехнологічний експорт в Україні та конкурувати на світовому ринку, уряд України повинен створити та підтримати національну інноваційну систему, сприяти посиленню зв'язків між агентами інновацій. Проведені дослідження показують, що національна інноваційна система України вимагає державних змін, щоб бути конкурентоспроможною на зовнішніх ринках та збільшити зростання виробництва високотехнологічних товарів. Слід здійснити такі заходи: впровадження науково-технічних програм, збільшення фінансової підтримки місцевої науки та наукових установ, вдосконалення регуляторної політики створення та розповсюдження інновацій, гармонізація даних високотехнологічної статистики за міжнародними стандартами, допомога в інновації та стимулювання експорту високотехнологічних технологій.

Отже, зовнішньоторговельні стратегії вітчизняних суб'єктів міжнародного бізнесу в умовах загострення геополітичних ризиків є важливим для визначення оптимального підходу до зовнішньоекономічної діяльності. Ось деякі аспекти на які слід звернути увагу під час формування таких зовнішньоторговельних стратегій:

1. Диверсифікація ринків: умови загострення геополітичних ризиків можуть створювати нестабільність на окремих ринках. Аналіз стратегій повинен включати оцінку можливостей для диверсифікації ринків, зокрема, шляхом розширення географії експорту або пошуку нових ринків збуту.

2. Оцінка геополітичних ризиків: важливо проаналізувати поточні геополітичні ризики та їх можливі впливи на зовнішньоторговельну діяльність. Це можуть бути політичні та економічні нестабільності, торговельні конфлікти, санкції тощо. Врахування таких ризиків допоможе уникнути потенційних проблем та знайти альтернативні рішення.

3. Розробка резервних планів: враховуючи геополітичні ризики, важливо мати резервні плани дій. Аналіз стратегій повинен включати розробку альтернативних сценаріїв, резервних постачальників та ринків, а

також розгляд можливостей для локалізації виробництва в регіональних центрах.

4. Співпраця та альянси: в умовах загострення геополітичних ризиків можуть з'являтися нові можливості для співпраці та укладання стратегічних договорів

5. Оцінка торговельних угод: аналіз стратегій повинен включати оцінку впливу геополітичних ризиків на торговельні угоди, зокрема, угоди з країнами, які перебувають у політичній нестабільності або зазнають санкцій. Важливо оцінити можливість збереження або зміни таких угод з урахуванням ризиків та можливостей.

6. Моніторинг геополітичних змін: систематичний моніторинг геополітичних змін та оновлення аналізу стратегій є важливим елементом. Регулярне оновлення інформації про геополітичну ситуацію допомагає адаптувати стратегії і приймати своєчасні рішення.

7. Застосування технологій: використання сучасних технологій, таких як аналітика даних, штучний інтелект, блокчейн тощо, може допомогти управляти геополітичними ризиками та покращити ефективність зовнішньоторговельних стратегій.

8. Розвиток гнучкості: гнучкість у реагуванні на зміни геополітичної ситуації є ключовою. Важливо мати гнучкість у виборі постачальників, маршрутів доставки та ринків збуту, щоб забезпечити зменшення ризиків і збереження конкурентних позицій.

Аналіз зовнішньоторговельних стратегій в умовах загострення геополітичних ризиків допомагає підприємствам визначити найбільш оптимальні шляхи дії, зберегти стабільність та знизити негативний вплив геополітичних чинників на їх міжнародну діяльність.

Висновки до розділу 2

Отже, в умовах сьогодення «ТПП України» повинна сприяти розвитку вітчизняних підприємств на міжнародному ринку, зокрема робота повинна бути спрямована на орієнтацію зовнішньої торгівлі України на ринки ЄС, планування рівномірного розподілу експортного потенціалу країни. Також суб'єкти міжнародного бізнесу повинні підтримувати якість реалізованої продукції для формування конкурентоспроможності.

Зовнішньоторговельні стратегії вітчизняних суб'єктів міжнародного бізнесу в умовах загострення геополітичних ризиків є важливим для визначення оптимального підходу до зовнішньоекономічної діяльності. Було зазначено під час формування зовнішньоторговельних стратегій суб'єктам міжнародного бізнесу слід звертати увагу на наступні аспекти: диверсифікація ринків; оцінка геополітичних ризиків; розробка резервних планів; співпраця та альянси; оцінка торговельних угод; моніторинг геополітичних змін; застосування технологій; розвиток гнучкості.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Світова торгівля являє собою сукупний обсяг торгівлі всіх країн світу. Головним показником динаміки світової торгівлі є світовий товарообіг - підсумовування обсягів експорту та імпорту всіх держав. В даний час темпи зростання світового товарообігу перевищують темпи зростання ВВП, що є наслідком збільшення ємності світових ринків.

В ході дослідження було проведено відображено класифікацію підходів до визначення сутності зовнішньоторговельної стратегії, сформовано перелік чинників зовнішньоторговельної орієнтованості підприємств. Встановлено, що зовнішньоторговельна стратегія являє собою набір виробничих, маркетингових, правових та сервісних інструментів, відображених в довгостроковий план з метою виходу на зовнішні ринки та/або зміцнення своїх позицій. Вважаємо, що така комбінація існуючих визначальних елементів дозволяє найбільш точно висвітлити суть зовнішньоторговельної стратегії компаній. Також було відображено організаційно-правову структуру роботи «ТПП України». Наведено звітність по підтримці міжнародних зовнішньо-торговельних операцій досліджуваною організацією в розрізі по галузям станом на 2022 рік. Відображено Основні стратегічні завдання «ТПП України» по допомозі суб'єктам господарювання на міжнародному ринку. Також було відображено товарну структуру експорту і імпорту товарів з України до ЄС в 2021 році.

В міжнародних стратегіях на даний час спостерігається посилення інтеграційних процесів та їх ускладнення. На тлі прогресуючого рівня інтеграції та лібералізації світової господарської діяльності економічне зростання в цілому ряді країн підтримується і стимулюється шляхом укладення регіональних торгових угод, що характерні для багатогранної торгової системи сучасності.

Пандемія коронавірусу призвела в 2020 році до скорочення торгівлі товарами на 8% та скорочення торгівлі комерційними послугами на 21% у річному обчисленні у 2020 році. Так, світовий експорт промислових товарів скоротився на 5,2% у 2020 році, тоді як загальний обсяг експорту товарів скоротився загалом на 7,7%. Експорт товарів в 2020 році склав 16,9 трлн доларів США, що на 5,3% менше, ніж в 2019 році. Таке зниження було викликане пандемією коронакризи. В 2021 році обсяги торгівлі товарів вирости на 8%. Найбільшими експортерами товарів в 2021 році стали Китай, США, Німеччина, Японія та Гонконг. Найбільшими імпортерами товарів в 2021 році стали США, Китай, Німеччина, Японія, Великобританія та Франція.

Провідними експортерами послуг у світі за підсумками 2021 стали США – 13,9%, Великобританія – 6,9% та Німеччина – 6,2%, провідними імпортерами послуг у світі за підсумками 2021 стали США – 9,5%, Китай – 8,2% та Німеччина – 6,7%. Найбільш суттєвий негативний вплив на світову торгівлю пандемія COVID19 спричинила у сфері туристичних послуг, яка у 2020 р. знизилась на 63 % та змогла відновитись в 2021 році лише частково.

Виявлено, що н в умовах сьогодення «ТПП України» повинна сприяти розвитку вітчизняних підприємств на міжнародному ринку, зокрема робота повинна бути спрямована на орієнтацію зовнішньої торгівлі України на ринки ЄС, планування рівномірного розподілу експортного потенціалу країни. Також суб'єкти міжнародного бізнесу повинні підтримувати якість реалізованої продукції для формування конкурентоспроможності.

Зовнішньоторговельні стратегії вітчизняних суб'єктів міжнародного бізнесу в умовах загострення геополітичних ризиків є важливим для визначення оптимального підходу до зовнішньоекономічної діяльності. Було зазначено під час формування зовнішньоторговельних стратегій суб'єктам міжнародного бізнесу слід звертати увагу на наступні аспекти: диверсифікація ринків; оцінка геополітичних ризиків; розробка резервних

планів; співпраця та альянси; оцінка торговельних угод; моніторинг геополітичних змін; застосування технологій; розвиток гнучкості.

а даний час структура українського експорту є сировинною та має високу залежність від зовнішнього ринку збуту. Поряд з цим, підтримка позицій на зарубіжних товарних ринках зазвичай забезпечується за рахунок надмірної експлуатації природних ресурсів, використання дешевої робочої сили, а також завдяки вигідному географічному розташуванню та розвиненій транспортній інфраструктурі.

Для того, щоб збільшити високотехнологічний експорт в Україні та конкурувати на світовому ринку, уряд України повинен створити та підтримати національну інноваційну систему, сприяти посиленню зв'язків між агентами інновацій. Проведені дослідження показують, що національна інноваційна система України вимагає державних змін, щоб бути конкурентоспроможною на зовнішніх ринках та збільшити зростання виробництва високотехнологічних товарів. Слід здійснити такі заходи: впровадження науково-технічних програм, збільшення фінансової підтримки місцевої науки та наукових установ, вдосконалення регуляторної політики створення та розповсюдження інновацій, гармонізація даних високотехнологічної статистики за міжнародними стандартами, допомога в інновації та стимулювання експорту високотехнологічних технологій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алимова О. Зовнішньоторговельна політика України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Університетські наукові записки*. 2013. № 1. С. 404-410.
2. Вербицька, Г. Л. Особливості міжнародних економічних відносин України та єс. *Економічний простір*. 2019. № 141. С.65-75.
3. Гавриленко Т.В., Бродюк І.В. Перспективи розвитку легкої промисловості України в умовах нестабільного зовнішнього середовища. *Економічні горизонти*. 2018. № 1. С. 28-34
4. Галасюк В.В. Концептуальні засади трансформації економіки України. - Київ: Національна академія управління, 2019. 188 с.
5. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами з країнами ЄС за 2019 рік. Державна служба статистики України, 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Геоекономічні та політико-правові виклики структурної перебудови міжнародних зв'язків України: тези доповідей IV Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (Київ, 28 квітня 2020 р.) / відп. ред. С. В. Мельниченко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2020. 782 с.
7. Гужва І.Ю. Актуалітети зовнішньоторговельної політики України. Київ: Національна академія управління, 2017. 298 с.
8. Джакелі Н.С. Особливості експорту агропродукції до ЄС. Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (12-13 лютого 2020 р.): у 2 ч. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. Ч.1. с. 400.
9. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
10. Динаміка географічної структури зовнішньої торгівлі товарами. Державна служба статистики України, 2019. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

(дата звернення 12.05.2022)

11. Інформаційно-аналітичний портал Торгово-промислової палати України. URL: <https://ucsi.org.ua/> (дата звернення 12.05.2023)

12. Звіт МВФ Перспективи розвитку світової економіки. URL: <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WEO/2021/April/> (дата звернення 05.05.2022).

13. Євроінтеграційний портал. URL: <http://eu-ua.org/>(дата звернення 12.05.2022)

14. Інформаційно-аналітичний портал АПК України. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua>(дата звернення 12.05.2022)

15. Ковтун Т. Д., Матвієнко А. П. Актуальні тренди міжнародної торгівлі товарами та особливості зовнішньої торгівлі України. *Бізнес Інформ*. 2019. №9. С. 28–35.

16. Коляда О. В., Райчева А. О. Зовнішня торгівля України як чинник розвитку міжнародних економічних відносин. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. № 24(2). С. 78-82.

17. Костина К.В. Система регулювання торгівлі послугами на глобальному рівні. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2009. №1. С. 41-47.

18. Кулицький С. Зовнішня торгівля України: стан, проблеми й перспективи. *Україна: події, факти, коментарі*. 2018. № 10. С. 39–52.

19. Мазаракі А., Мельник Т. Сучасні тенденції та чинники розвитку зовнішньої торгівлі України. *Вісник КНТЕУ. Держава та економіка*. 2011. № 2. С. 5–14

20. Макарчук, І. М. Оцінка сучасного стану та актуальні загрози економічній безпеці в Україні. *Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр*

Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”. 2015. Том 21. № 1. С. 83-89.

21. Міжнародна торгівля: Підручник./ За ред.. Козака Ю.Г., Логвінової Н.С., Барановської М.І. –К.: ЦУЛ,2011. 512с.

22. Офіційний сайт Всесвітньої організації торгівлі (WTO – World Trade Organization). URL: <https://www.wto.org>(дата звернення 12.05.2022)

23. Офіційний сайт Офісу з просування експорту та Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://epo.org.ua/trade2020/>(дата звернення 12.05.2022)

24. Офіційний сайт UNCTAD. URL: <https://unctadstat.unctad.org>(дата звернення 12.05.2022)

25. Офіційний сайт Асоціації «Укрлегрпром». Підсумки роботи легкої промисловості України за 2019 рік. URL: <http://ukrlegprom.org.ua>(дата звернення 12.05.2022)

26. Товарна структура зовнішньої торгівлі з країнами ЄС у 2019 році. Державна служба статистики України, 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>(дата звернення: 12.05.2022).

27. Тохтамиш Т. О., Ягольницький О. А., Овчиннікова М. А. Теоретичні аспекти організації зовнішньої торгівлі України з країнами Європейського Союзу. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. № 2. С. 7-12.

28. Фокіна-Мезенцева К.В., Мерзла М.І. Перспективи розвитку зовнішньої торгівлі за допомогою національної стратегії експорту. *Бізнес Навігатор*. 2018. № 6. с.18-22.

29. Хоменчук А.І. Сучасний вектор зовнішньоторговельної політики України. *Економічні науки*. 2019. № 11. С. 5-8.

30. Чубенко В. А. Поняття високотехнологічної та наукоємної продукції як об’єктів правовідносин державного стимулювання розвитку та поставки. *Право та інноваційне суспільство*. 2018. № 1. С. 18-25.

31. Угода про асоціацію. Єдиний веб-портал органів державної влади в Україні. 2017. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/evropejska-integraciya/ugoda-pro-asociacyu>(дата звернення: 12.05.2022).

32. Global Financial Stability Report: Lower for Longer. October 2019 / IMF. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/GFSR/Issues/2019/10/01/global-financial-stability-report-october-2019>(дата звернення: 12.05.2022).



**Сильні та слабкі сторони України в Глобальному інноваційному
індексі (GII) в 2022 р.**

Сильні сторони			Слабкі сторони		
Код	Індикатор	Рейт инг	Код	Індикатор	Рейти нг
2.1.2	Державне фінансування/учень, середня школа, % ВВП/осіб	12	1.1.1	Політична та оперативна стабільність	121
2.1.5	Співвідношення учень-вчитель, середній	11	2.3.3	Глобальні корпоративні інвестори в R&D, топ-3, млн дол	38
2.2.1	Зарахування до вищої школи, % валового	19	3.2.3	Валове нагромадження, % ВВП	125
5.1.5	Працевлаштовані жінки з вищим ступенем, %	2	3.3.1	ВВП/одинаця споживання енергії	116
6.1.3	Корисні моделі за походженням/млрд ППС ВВП	1	4.1.3	Позики мікрофінансових організацій, % ВВП	53
6.2.3	Витрати на ПЗ, % ВВП	9	4.2.1	Ринкова капіталізація, % ВВП	78
6.3.4	Експорт послуг ІКТ, % від загальної торгівлі	7	4.2.3	Реципієнти венчурного капіталу, угоди/млрд ПКС\$ ВВП	99
7.1.2	Торгові марки за походженням/млрд ППС ВВП	26	4.2.4	Отриманий венчурний капітал, вартість, % ВВП	88
7.1.4	Промислові зразки за походженням/млрд ППС ВВП	19	5.2.4	Спільне підприємство/угоди стратегічного альянсу/млрд ВВП за ПКС	122
7.3.4	Створення мобільних додатків/млрд PPP ВВП	13	7.2.2	Національні художні фільми/мн поп. 15-69	69

Високотехнологічні коди українського класифікатора товарів для зовнішньоекономічної діяльності згідно з SITC Rev. 4

№	Кодові етикетки Списку продуктів високих технологій- SITC Rev. 4	Високотехнологічні коди товарів українського класифікатора товарів для зовнішньоекономічної діяльності
1	2	3
1	525 Радіоактивні та супутні матеріали	284410, 284420, 284430, 284450, 284440, 284510, 284590, 284610.
2	541 Лікарські та фармацевтичні продукти, крім 542	284690,293621,293622,293623,293624, 293625, 293626, 293627, 293628, 293629, 293690, 294110, 294120, 294130, 294140, 294150, 294190,293911, 293919, 293920, 293930, 293941, 293942, 293943, 293944, 293949, 293951, 293959,293961,293962,293963,293969, 293991,293999,293721, 293722, 293723,293729,293711, 293712, 293719, 293750, 293740, 293790, 293810, 293890, 300120, 300190, 300210,300220, 300230, 300290,300510, 300590, 300620, 300630, 300610, 300640, 300650, 300660, 300670, 300691, 300692.
3	542 Лікарські засоби (включаючи ветеринарні ліки)	300310, 300320, 300410, 300420, 300331, 300339, 300431, 300432, 300439, 300340, 300440, 300390, 300450,300490.
4	716 Обертові електростанції та їх частини, н. е. с.	850110, 850131, 850132, 850133, 850134, 850120, 850140, 850151,850152, 850153, 850161, 850162, 850163,850164,850240,850211, 850212,850213, 850220, 850231, 850239, 850300.
5	718 Інші машини та деталі, що виробляють електроенергію, н. е. с.	841011, 841012, 841013, 841090,840110, 840130,840140,841221,841231, 841229, 841239, 841280, 841290.
6	751 Офісні машини	846900, 847010, 847021, 847029, 847030, 847050, 847090, 847210, 847230, 844331, 844332, 844339, 844399,847290.
7	752 Машини для автоматичної обробки даних, н. е. с.	847130, 847141, 847149, 847150, 847160, 847170, 847180, 847190.
8	759 Частини, аксесуари для машин груп 751 752	847350, 847310, 847340, 847321, 847329, 847330.
9	764 Телекомунікаційне обладнання, н. е. с. та частини, н. е. с.	851711, 851712, 851718, 851761,851762,851769,851770,851810,851821, 851822, 851829, 851830, 851840, 851850, 852550,852560,852610,852691, 852692, 852580, 851890, 852910, 852990, 852210,

№	Кодові етикетки Списку продуктів високих технологій- SITC Rev. 4	Високотехнологічні коди товарів українського класифікатора товарів для зовнішньоекономічної діяльності
1	2	3
		852290.
10	771 Електричні машини та їх частини	850421, 850422, 850423, 850431, 850432, 850433, 850434, 850440, 850410, 850450, 850490.
11	774 Електродіагностичні апарати для медичних наук тощо.	901811, 901812, 901813, 901814, 901819, 901820, 902212, 902213, 902214, 902219, 902221, 902229, 902230, 902290.
12	776 Катодні клапани та трубки	854011, 854012, 854020, 854040, 854050, 854060, 854071, 854072, 854079, 854081, 854089, 854091, 854099, 854110, 854121, 854129, 854130, 854140, 854150, 854231, 854232, 854233, 854239, 854160, 854190, 854290.
13	792 Літаки та супутнє обладнання; космічний корабель тощо.	880211, 880212, 880220, 880230, 880240, 880260, 880510, 880521, 880529, 880100, 880310, 880320, 880330, 880390.
14	871 Оптичні прилади та апарати, н. е. с.	900510, 900580, 900590, 901210, 901290, 901110, 901120, 901180, 901190, 901310, 901320, 901380, 901390.
15	874 Прилади для вимірювання, аналізу та контролю, н. е. с.	901410, 901420, 901480, 901490, 901510, 901520, 901530, 901540, 901580, 901590, 901710, 901720, 901730, 901780, 901790, 903110, 903120, 903141, 903149, 903180, 903190, 902610, 902620, 902680, 902690, 902710, 902720, 902730, 902750, 902780, 902790, 901600, 902300, 902410, 902480, 902490, 902511, 902519, 902580, 902590, 903210, 903220, 903281, 903289, 903290, 903010, 903020, 903031, 903033, 903040, 903032, 903039, 903082, 903084, 903089, 903090, 903300.
16	881 Фотоапарат та обладнання, н. е. с.	900610, 900630, 900640, 900651, 900652, 900653, 900659, 900661, 900669, 900691, 900699, 900711, 900719, 900720, 900791, 900792, 900820, 900810, 900830, 900840, 900890, 901010, 901050, 901060, 901090.
17	891 Зброя та боєприпаси Зброя та боєприпаси	871000, 930111, 930119, 930120, 930190, 930700, 930200, 930621, 930629, 930630, 930690, 930310, 930320, 930330, 930390, 930400, 930510, 930529, 930591, 930599.