

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ВИХІД ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКИ КРАЇН АФРИКИ

(за матеріалами ГО «Українська асоціація зовнішньої політики», м. Київ)

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

(підпис студента)

Яковенко Тимофій
Володимирович

Науковий керівник,
кандидат економічних наук

(підпис керівника)

Карпенко Марина
Олександрівна

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
доцент

(підпис)

Лежешкокова
Вікторія
Геннадіївна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет ФМТП Кафедра світової торгівлі
Спеціальність, освітня програма
Міжнародні економічні відносини, Міжнародний бізнес

Затверджую
Зав. кафедри _____
« » _____ 2023 р.

Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студентіві
Яковенко Тимофій Володимирович
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)
«Вихід вітчизняних підприємств на ринки країн Африки» (на матеріалах ГО
«Українська асоціація зовнішньої політики», м. Київ).»

Затверджена наказом ректора від « » _____ 20 р. № _____

2. Строк здачі студентом закінченого роботи (проекту)

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)
Мета роботи (проекту) є формування теоретичних та практичних навичок
у сфері виходу вітчизняних підприємств на ринки країн Африки.

Об'єкт дослідження виступає процес виходу вітчизняних підприємств на
ринки країн Африки.

Предмет дослідження теоретичні засади та практичні рекомендації щодо
виходу вітчизняних підприємств на ринки країн Африки.

4. Перелік графічного матеріалу 7 таблиць

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. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ З КРАЇНАМИ АФРИКИ

1.1. Сутність зовнішньоекономічної діяльності та її роль у міжнародній торгівлі з країнами Африки

1.2. Аналіз особливостей та тенденцій ведення міжнародного бізнесу з країнами Африки

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ЕФЕКТИВНОГО ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКИ КРАЇН АФРИКИ

2.1. Оцінка сприятливості умов ведення бізнесу у країнах Африки

2.2. Рекомендації щодо виходу та підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств на ринок країн Африки

Висновки до розділу 2

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

розділі розкрито сутність зовнішньоекономічної діяльності, проведено аналіз особливостей та тенденцій ведення міжнародного бізнесу з країнами Африки.

В другому розділі проведено оцінку сприятливості середовища міжнародного бізнесу країн Африки, надано рекомендації щодо виходу та підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств на вищезазначених ринках.

Як за змістом, так і за оформленням робота Яковенко Т. відповідає вимогам та рекомендується до захисту.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

(підпис, дата)

13. Висновок про випускню кваліфікаційну роботу (проект)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студента

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник освітньої програми

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2023 р.

АНОТАЦІЯ

Яковенко Т. «Вихід вітчизняних підприємств на ринки країн Африки» (на матеріалах ГО «Українська асоціація зовнішньої політики», м. Київ). Випускна кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра. Державний торговельно-економічний університет, 2023.

У випускній кваліфікаційній роботі розкрито сутність зовнішньоекономічної діяльності та її роль у міжнародній торгівлі з країнами Африки; проаналізовано особливості та тенденції ведення міжнародного бізнесу з країнами Африки; надано оцінку сприятливості умов ведення бізнесу у країнах Африки та запропоновано рекомендації щодо виходу та підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств на ринок країн Африки.

Ключові слова: міжнародна діяльність, зовнішньоекономічна діяльність, імпорт, експорт, вихід на зовнішні ринки, світовий ринок.

ANNOTATION

Yakovenko T. «Entry of Domestic Enterprises into the Markets of African Countries» (based on the materials of the NGO «Ukrainian Association of Foreign Policy», Kyiv). Master's thesis. State Trade and Economic University, 2023.

The graduation thesis explores the essence of foreign economic activity and its role in international trade with African countries. It analyzes the peculiarities and trends of conducting international business with African countries, evaluates the favorable conditions for doing business in African countries, and proposes recommendations for entering and enhancing the efficiency of domestic enterprises in the market of African countries.

Key words: international activity, foreign economic activity, import, export, entry into foreign markets, global market.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ З КРАЇНАМИ АФРИКИ	6
1.1. Сутність зовнішньоекономічної діяльності та її роль у міжнародній торгівлі з країнами Африки.....	6
1.2. Аналіз особливостей та тенденцій ведення міжнародного бізнесу з країнами Африки.....	14
Висновки до розділу 1.....	20
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ЕФЕКТИВНОГО ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКИ КРАЇН АФРИКИ	21
2.1. Оцінка сприятливості умов ведення бізнесу у країнах Африки.....	21
2.2. Рекомендації щодо виходу та підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств на ринок країн Африки.....	27
Висновки до розділу 2.....	33
ВИСНОВКИ	35
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	38
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність дослідження. За останні роки спостерігається зростаючий інтерес до розвитку економічних зв'язків між Україною та країнами Африки. Ця тенденція має кілька вагомих причин.

По-перше, Африка представляє значний економічний потенціал. Континент є одним з найшвидше зростаючих регіонів світу, з багатими природними ресурсами, широким спектром індустрій та великою кількістю населення. Розвиток бізнесу в країнах Африки може забезпечити доступ до нових ринків, нових споживачів та партнерів, що відкриває перспективи для збільшення обсягів продажів та прибутків.

По-друге, зовнішньоекономічна політика України активно сприяє розширенню торговельних зв'язків з країнами Африки. Уряд України приділяє значну увагу розвитку співробітництва в економічній сфері з африканськими країнами, підписуючи різноманітні угоди та співпрацюючи на різних рівнях. Це створює сприятливі умови для виходу вітчизняних підприємств на ринки Африки та підтримки їхнього розвитку.

По-третє, диверсифікація ринків є важливою стратегією для підприємств в умовах глобалізації та конкуренції. Вихід на нові ринки, зокрема на ринки країн Африки, дозволяє підприємствам збільшити свою конкурентоспроможність, розширити свою клієнтську базу і забезпечити стійкий розвиток. Ринки Африки ще не настільки насичені і проникнення на них може бути вигідним для українських компаній, які мають конкурентні переваги в певних галузях.

По-четверте, розширення присутності українських підприємств на ринках Африки сприятиме розвитку двосторонньої торгівлі та інвестиційних зв'язків між Україною та країнами Африки. Це може стати підґрунтям для укладання нових торговельних угод, спільних проектів та інвестиційних ініціатив, що сприятимуть розвитку економічних відносин обох сторін.

Отже, вивчення процесу виходу вітчизняних підприємств на ринки країн Африки є актуальним та перспективним напрямом дослідження. Це дозволить

зрозуміти особливості цього процесу, ідентифікувати фактори успіху та виклики, з якими зіштовхуються підприємства, а також розробити рекомендації щодо покращення стратегій виходу на ринки Африки для українських компаній.

Крім того, дослідження даної теми сприятиме розбудові культурного та міжнародного діалогу між Україною та країнами Африки. Вивчення особливостей бізнес-контексту, культурних відмінностей та ринкових потреб Африки допоможе покращити взаєморозуміння та здатність підприємств пристосовуватися до специфіки цих ринків. Нарешті, дослідження теми є важливим для створення платформи обміну досвідом та накопичення знань щодо успішної експансії на нові ринки. Результати такого дослідження можуть бути використані для розробки настанов, програм та підтримки підприємств, які прагнуть вийти на ринки Африки, сприяючи їх успішному впровадженню та розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку та удосконалення розроблення стратегії при виході підприємства на зовнішні ринки опрацьовували наступні дослідники: В. А. Алексунін, Г. М. Дроздова, О. А. Кириченко, Ф. Котлер, А. А. Мазаракі, І. О. Тарлопов, Т. М. Циганкова та інші.

Однак деякі аспекти цього питання не були повністю вирішені або залишаються дискусійними. У працях вчених-економістів запропоновано різноманітні методи систематизації підходів до розвитку та вдосконалення стратегій діяльності, тому обрана тема є актуальною в сучасних умовах.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є формування теоретичних та практичних навичок у сфері виходу вітчизняних підприємств на ринки країн Африки.

Для досягнення поставленої мети даної роботи необхідно було виконати такі завдання:

- розкрити сутність зовнішньоекономічної діяльності та її роль у міжнародній торгівлі з країнами Африки;
- проаналізувати особливості та тенденції ведення міжнародного бізнесу з країнами Африки;
- надати оцінку сприятливості умов ведення бізнесу у країнах Африки;

- запропонувати рекомендації щодо виходу та підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств на ринок країн Африки.

Об'єктом дослідження виступає процес виходу вітчизняних підприємств на ринки країн Африки.

Предмет дослідження – теоретичні засади та практичні рекомендації щодо виходу вітчизняних підприємств на ринки країн Африки.

Методи дослідження. Дослідження проводилося з використанням різноманітних наукових методів. Він базувався на системному та ситуативному підходах. Для вирішення деяких завдань використовувалися: метод бенчмаркінгу - при дослідженні економічних категорій, методик оцінки, систем регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні та реалізації стратегії виходу на зарубіжні ринки; абстрактно-логічний - у визначенні сутності стратегій; метод синтезу - в адаптації досвіду інших країн; горизонтальні та вертикальні методи аналізу - у визначенні тенденцій на ринку; графічний метод - при поданні статистичного матеріалу дані оцінки дослідження; експертний метод - при дослідженні підприємств України.

Інформаційна база досліджень складалася з: монографій, збірників наукових праць, науково-виробничих журналів. Джерелами даних були матеріали Державного комітету статистики України, результати вибіркового опитування, інформаційні матеріали в наукових виданнях, нормативні документи України, а також розрахунки та моделі, отримані в результаті власних досліджень заявника.

Практичне значення одержаних результатів полягає в поглибленні наукового обґрунтування визначення ефективних стратегій та розробці практичних рекомендацій для виходу вітчизняних підприємств на ринки країн Африки. Отримані результати дослідження дозволять підприємствам усвідомити особливості та потенціал цих ринків, виявити переваги та ризики, зрозуміти культурні та економічні особливості регіону.

Випускна кваліфікаційна робота має наступну структуру: вступ, два розділи, висновки та пропозиції, список використаних джерел, який містить 36 найменувань та додатки. Обсяг роботи складає 42 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ З КРАЇНАМИ АФРИКИ

1.1. Сутність зовнішньоекономічної діяльності та її роль у міжнародній торгівлі з країнами Африки

Зовнішньоекономічна діяльність відображає взаємодію економіки однієї країни з економіками інших країн через різні економічні операції та процеси. Ця діяльність включає такі складові, як експорт, імпорт, прямі іноземні інвестиції (ПІІ), міжнародний бізнес та інші форми економічної взаємодії [6].

1. Експорт: Це процес продажу товарів, послуг та інших продуктів виробництва країни на зовнішні ринки. Експорт дозволяє країні отримувати валюту, розширювати ринки збуту для своїх продуктів та підвищувати економічне благополуччя.

2. Імпорт: Це процес купівлі товарів, послуг та інших продуктів з-за кордону для задоволення внутрішнього попиту. Імпорт допомагає країні отримувати доступ до різноманітних товарів та послуг, яких немає в достатній кількості або якості на внутрішньому ринку.

3. Прямі іноземні інвестиції (ПІІ): Це вкладення капіталу, технологій та ресурсів з боку іноземних компаній у підприємства та проекти в іншій країні. ПІІ сприяють створенню нових робочих місць, передачі технологій, розвитку інфраструктури та підвищенню економічного потенціалу країни [12].

Міжнародний бізнес - це комерційна діяльність, яка здійснюється між підприємствами з різних країн. Міжнародний бізнес включає експортно-імпортні операції, зовнішньоекономічні контракти, спільні підприємства та інші форми співпраці між компаніями з різних країн. Це дозволяє підприємствам розширювати свої ринки збуту, отримувати доступ до нових технологій та знань, а також забезпечувати ефективне використання ресурсів [9].

Міжнародна торгівля з країнами Африки є важливим аспектом економічних відносин між різними країнами світу. Аналіз торговельних відносин між

Україною та країнами Африки відкриває можливості для розуміння потенціалу та особливостей африканського ринку, а також виявлення перешкод та можливостей у міжнародній торгівлі.

Один з аспектів дослідження полягає у розгляді потенціалу африканського ринку. Африка відома своїми значними природними ресурсами, такими як нафта, газ, дорогоцінні метали, сільськогосподарські культури та інші. Вивчення розмірів ринку та розподілу товарів та послуг між країнами Африки дозволяє виявити потенційні сфери співпраці та знайти напрямки експорту та імпорту.

Роль зовнішньоекономічної діяльності в розвитку країн Африки є надзвичайно важливою. Африканські країни активно залучаються до глобального економічного простору, і зовнішньоекономічна діяльність відіграє ключову роль у забезпеченні їхнього економічного зростання та розвитку [24].

Одним з аспектів ролі зовнішньоекономічної діяльності є залучення іноземних інвестицій. Африканські країни привертають увагу іноземних інвесторів завдяки своєму потенціалу у галузі природних ресурсів, сільського господарства, енергетики та інфраструктури. Іноземні інвестиції допомагають створювати нові робочі місця, модернізувати інфраструктуру, підвищувати ефективність виробництва та сприяють розвитку місцевої економіки.

Ще одним аспектом ролі зовнішньоекономічної діяльності є розширення експорту та розвиток міжнародної торгівлі. Африканські країни мають значний потенціал у виробництві різноманітних товарів, таких як сільськогосподарська продукція, мінерали, нафта, текстильні вироби та інше. Зовнішньоекономічна діяльність сприяє залученню партнерів з інших країн, розширенню ринків збуту та збільшенню обсягів експорту. Це сприяє зростанню виробництва, забезпеченню нових ринків для місцевих підприємств та створенню нових можливостей для розвитку.

Африканський ринок є все більш привабливим для іноземних інвесторів, і знання про його особливості допомагають знаходити потенційні можливості для співпраці та розвитку бізнесу. Далі наведена таблиця 1.1, що ілюструє потенціал та особливості африканського ринку [18].

Потенціал та особливості африканського ринку

Країна	Розмір ринку	Головні експортні товари	Перешкоди в міжнародній торгівлі
Нігерія	Великий	Нафта, сільськогосподарські продукти, металургійні вироби	Бюрократичні процедури, недостатня інфраструктура, корупція
ПАР	Великий	Мінерали, автомобілі, хімічні продукти	Високі тарифи, конкуренція з інших країн, соціально-економічні нерівності
Кенія	Середній	Квіти, кава, чай, вироби легкої промисловості	Транспортні витрати, недостатня доступність кредитів, недосконала логістична система
Ефіопія	Великий	Текстильні вироби, сільськогосподарські продукти, шкіра та взуття	Обмежена інфраструктура, низька рівень технологічності, брак кваліфікованої робочої сили

Джерело: розроблено автором на основі [18]

Ця таблиця демонструє, що країни Африки мають великий ринковий потенціал, проте їхня зовнішньоекономічна діяльність стикається з рядом перешкод. Недостатня інфраструктура, бюрократичні процедури, високі тарифи та конкуренція є деякими з перешкод, які потрібно подолати для розвитку ефективних торговельних зв'язків між країнами.

У зв'язку з агресивним вторгненням Росії, Україна стикається з необхідністю зміцнити свої міжнародні зв'язки. Сільське господарство, яке є важливою складовою української економіки, може виступати основою для партнерства між Україною та країнами, що імпортують продовольство. Війна з Росією надає додатковий поштовх для України у розвитку міцних міжнародних зв'язків. Враховуючи значимість сільського господарства, цей сектор може стати ключовим фактором для співпраці між Україною та країнами, які відчують потребу в імпорті продовольства. Зосереджуючись на сільському господарстві, Україна може використати свої ресурси та досвід виробництва продуктів харчування, щоб задовольнити потреби африканських ринків [16].

Згідно з останніми даними за 2021 рік, в Африці переважно займаються вирощуванням коренеплодів, таких як батат, маніок, дашин, макабо, солодка картопля та інші, а також виробництвом цукрової тростини та кукурудзи. Коренеплоди становлять значну частку виробництва, а саме 17%, зокрема, у

світовому виробництві коренеплодів Африка у 2021 році мала 40% частку. Зернові культури та коренеплоди менш вразливі до негативних погодних умов, що пояснює їх велику частку серед вирощуваних культур.

За прогнозами ФАО та ОЕСР на найближчі десять років, регіон Африки на південь від Сахари очікується забезпечувати 21% світового виробництва бобових культур до 2031 року, а сектор тваринництва очікується зростати на 28% порівняно з поточними показниками. Це свідчить про значний потенціал для розвитку і партнерства в сільськогосподарському секторі між Африкою та іншими країнами, включаючи Україну. Експорт товарів та послуг за географічними регіонами наведена в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Експорт товарів та послуг за географічними регіонами за 2018-2022 роки, млн.

дол. США

Регіони	Роки				
	2018	2019	2020	2021	2022
Експорт товарів та послуг, млн. дол. США	59177	63556	60707	81504	57018
Європа	23210	24837	22329	32909	53710
Азія	15591	17503	20249	25648	11311
Америка	4001	4372	4798	7410	5529
Африка	4260	5153	4193	5832	2231
Австралія і Океанія	76	111	119	169	221
Структура, %, усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Європа	39,2	39,1	36,8	40,4	59,1
Азія	26,3	27,5	33,4	31,5	19,8
Америка	6,8	6,9	7,9	9,1	9,7
Африка	7,2	8,1	6,9	7,2	3,9
Австралія і Океанія	0,1	0,2	0,2	0,2	0,4

Джерело: розроблено автором на основі [16]

З таблиці 1.2 видно, що Україна має значний обсяг експорту товарів та послуг, що постійно зростає з року в рік. У 2021 році вона досягла найвищого показника - 81,504 млн. доларів США. Європа є основним регіоном, до якого Україна експортує свої товари та послуги. Європейський ринок складає значну частку в загальному обсязі експорту України і постійно зростає з року в рік. Азія також відіграє важливу роль у зовнішньоекономічних зв'язках України, хоча її внесок в експорт зазнає коливань. Протягом розглянутого періоду вона займає друге місце за обсягом експорту. Америка, Африка і Австралія і Океанія мають

меншу частку в загальному обсязі експорту України. Проте вони відіграють певну роль і можуть бути потенційними ринками для подальшого розвитку співпраці. Зі структури експорту видно, що Європа є основним партнером України, займаючи значну частку в усьому обсязі. Азія і Америка також мають свою вагу, але меншу в порівнянні з Європою. Африка та Австралія і Океанія мають незначну частку.

З аналізу даних можна зробити наступні висновки щодо співпраці України з країнами Африки у сфері продовольства [14]:

1. Африка має важливе місце у структурі експорту України, хоча її частка в експортному обсязі є меншою порівняно з Європою та Азією. За розглянутий період з 2018 по 2022 рік, обсяг експорту продовольства з України до країн Африки становив від 4,260 млн. до 5,832 млн. доларів США.

2. Африка є значним виробником коренеплодів, цукрової тростини та кукурудзи. Вона займає вагомую частку у світовому виробництві коренеплодів, а також має потенціал для розширення виробництва бобових та тваринництва.

3. У зв'язку з нестабільною ситуацією в Україні, зумовленою війною з РФ, розвиток співпраці з країнами Африки у сфері продовольства може бути викликом. Проте, зважаючи на потенціал африканського ринку та його потребу у продовольстві, можливе партнерство з країнами Африки може стати важливим фактором для диверсифікації експорту України та зміцнення її міжнародних зв'язків.

4. Для розвитку співпраці з країнами Африки в сфері продовольства необхідно активно працювати над встановленням торгових зв'язків, вивчати особливості африканського ринку та споживацьких звичаїв, а також враховувати потреби та вимоги партнерів з Африки.

Україна має потенціал розширити співпрацю з країнами Африки у сфері продовольства, що може приносити вигоди обом сторонам. Водночас, враховуючи важкість ситуації в Україні, необхідно також зосередитись на внутрішніх перетвореннях та забезпеченні стабільності власного сільського господарства. Міцна співпраця між Україною та країнами Африки у сфері продовольства може стати важливим фактором у розвитку обох регіонів та

зміцненні міжнародних зв'язків. Розглянемо імпорт товарів та послуг за географічними регіонами наведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Імпорт товарів та послуг за географічними регіонами за 2018-2022 роки, млн. дол.

США

Регіони	Роки				
	2018	2019	2020	2021	2022
Імпорт товарів та послуг, млн. дол. США	70555	76067	63085	84175	82961
Європа	32061	35124	29996	39250	41875
Азія	14652	17602	16021	21242	17224
Америка	4516	4872	4902	5642	12731
Африка	880	1102	837	1393	537
Австралія і Океанія	68	117	45	134	227
Структура, %, усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Європа	45,4	46,2	47,5	46,6	50,5
Азія	20,8	23,1	25,4	25,2	20,8
Америка	6,4	6,4	7,8	6,7	15,3
Африка	1,2	1,4	1,3	1,7	0,6
Австралія і Океанія	0,1	0,2	0,1	0,2	0,3

Джерело: розроблено автором на основі [31]

З цих таблиць можна зробити наступні висновки: Європа є основним постачальником імпортованих товарів та послуг для України. Її частка в загальному обсязі імпорту зростає з року в рік і досягає 50.5% у 2022 році. Азія також є важливим регіоном для імпорту України, проте її частка має коливання, знижуючись з 25.4% у 2020 році до 20.8% у 2022 році. Америка показує значний ріст у своєму внеску в імпорт України, збільшуючи свою частку з 6.4% в 2018 році до 15.3% в 2022 році. Це може свідчити про зростаючу співпрацю між Україною та країнами Америки в торгівлі товарами та послугами. Африка є менш значущим регіоном для імпорту України, з досить низькою часткою від 0.6% у 2022 році. Проте варто зазначити, що імпорт з Африки демонструє коливання протягом розглянутого періоду, з певним зростанням у 2019 році, але потім знижується. Австралія і Океанія мають незначний внесок у загальний обсяг імпорту України, з часткою менше 1% протягом всього періоду 2018-2022 роки.

У цілому, зазначені дані свідчать про домінуючу роль Європи в імпорті товарів та послуг до України, а також про зростання співпраці з Америкою.

Африка та Австралія і Океанія залишаються менш значущими регіонами в цьому контексті [31].

Із даних таблиць видно, що Африка має найнижчі обсяги як експорту, так і імпорту, порівняно з іншими регіонами світу. Протягом 2018-2022 років її частка в загальному обсязі світового експорту змінювалась від 7,2% до 3,9%, а частка у світовому імпорті від 1,2% до 0,6%. Це свідчить про те, що Африка залишається найменш розвиненим регіоном світу і є значним джерелом проблем у забезпеченні зростання світової економіки [2].

Щодо України, то з даних таблиці видно, що вона має досить високий рівень експорту в порівнянні з Африкою. Україна вважається країною з розвинутою економікою в Східній Європі, але її частка в світовому експорті досить невелика. За останні п'ять років Україна показує стабільний зріст експорту товарів та послуг. Частка України в світовому експорті змінювалась від 0,3% до 0,4%, що свідчить про потенціал розвитку української економіки [7].

Розглянемо імпорт груп товарів країн Африки за 2018-2022 роки в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Імпорт груп товарів країн Африки за 2018-2022 роки, млн. дол. США

Найменування груп товарів	Роки					2022 у % до 2021
	2018	2019	2020	2021	2022	
Усього	584	633	567	816	475	58,2
Продовольчі товари та сировина для їх виробництва	256	254	300	307	204	66,2
Мінеральні продукти	195	189	127	284	100	35,3
Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	45	106	68	96	75	78,8
Деревина та вироби з неї	0,3	1	2	3	1	33,3
Промислові вироби	21	24	23	33	15	44,8
Чорні й кольорові метали та вироби з них	9	7	8	17	11	66,3
Машини та устаткування, транспортні засоби, прилади	49	54	55	88	48	53,8

Джерело: розроблено автором на основі [7]

Дана таблиця 1.4 показує імпорт груп товарів країн Африки за період з 2018 по 2022 роки. Усього імпорт зменшився з 816 млн. доларів США в 2021 році до 475 млн. доларів США в 2022 році. Продовольчі товари та сировина для їх виробництва є найбільшою групою товарів, займаючи 66,2% імпорту в 2022 році.

Мінеральні продукти становлять 35,3% імпорту, а продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості - 78,8%. Інші групи товарів, такі як деревина, промислові вироби, чорні й кольорові метали та машини/устаткування/транспортні засоби/прилади, також внесли свій внесок у загальний імпорт Африки. Ці дані свідчать про різноманітність товарів, які імпортується країнами Африки. Продовольчі товари та сировина для їх виробництва займають значну частку в імпорті, що свідчить про значний обсяг харчової та сільськогосподарської продукції, яку країни Африки споживають. Мінеральні продукти, такі як руди і добрива, також мають певний вплив на імпорт. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості також займає значну частку в імпорті. Це можуть бути хімічні речовини, пластмаси, лакофарбові матеріали та інші пов'язані товари.

Інші групи товарів, такі як деревина, промислові вироби, чорні й кольорові метали, машини, устаткування, транспортні засоби та прилади, також мають своє місце в структурі імпорту Африки. Ці товари відображають імпорт технологій, промислового обладнання та інших товарів для виробничих потреб.

Звертаючи увагу на Африку, можна сказати, що вона має потенціал для подальшого розвитку своєї економіки та збільшення обсягів експорту та імпорту. Диверсифікація товарів та пошук нових ринків споживання можуть сприяти стабільному зростанню торгівлі [9].

Отже, розвиток співробітництва між Україною та країнами Африки у галузі торгівлі та інвестицій має потенціал забезпечити взаємну вигоду. Україна може сприяти розвитку аграрного сектора та високих технологій в країнах Африки, пропонувати свою експертизу у будівництві та інфраструктурних проектах, а також розвивати співробітництво у сфері енергетики. Крім того, торгівля та інвестиції можуть зміцнювати економічні зв'язки, а обмін досвідом та освітою сприятимуть взаємному збагаченню. Зацікавлення у співпраці може відкрити нові ринки та створити перспективи для українських компаній та підприємців у країнах Африки.

1.2. Аналіз особливостей та тенденцій ведення міжнародного бізнесу з країнами Африки

Аналіз особливостей та тенденцій ведення міжнародного бізнесу з країнами Африки включає наступні аспекти [6]:

1. Розвиток економіки: країни Африки переживають стабільний економічний ріст та створюють нові можливості для міжнародного бізнесу. Зростаюча середньорічна ставка економічного зростання, розвиток інфраструктури та поліпшення бізнес-клімату створюють сприятливі умови для залучення іноземних інвестицій та розвитку торгівлі.

Розвиток економіки в країнах Африки відбувається на широкому фронті і набуває стабільного характеру. Низькі ставки економічного зростання в минулому замінюються швидким і сталим зростанням, що приводить до збільшення розмірів іноземних інвестицій та розширення можливостей для міжнародного бізнесу.

Одним з ключових факторів розвитку економіки є поступове поліпшення бізнес-клімату в багатьох країнах Африки. Уряди вживають реформ, спрямованих на зниження бюрократичних перешкод, спрощення процедур ведення бізнесу, забезпечення правової стабільності та захисту інвестицій. Це створює сприятливі умови для притоку іноземних інвестицій та сприяє зростанню міжнародного бізнесу. Паралельно з поліпшенням бізнес-клімату, в країнах Африки також спостерігається значний розвиток інфраструктури. Інвестиції в будівництво та модернізацію транспортних мереж, енергетичних систем, логістичних і телекомунікаційних інфраструктур створюють сприятливі умови для ефективного ведення бізнесу та забезпечення зручних шляхів доставки товарів і послуг.

Розвиток торговельних зв'язків є ще однією важливою тенденцією в міжнародному бізнесі з країнами Африки. Збільшення обсягів торгівлі та інтенсифікація міжнародних торговельних відносин створюють нові можливості для підприємств з усього світу. Країни Африки пропонують широкий спектр товарів та послуг, включаючи сільськогосподарські продукти, мінерали, нафту і газ, текстильні вироби, електроніку та інші високотехнологічні товари. Це

створює можливості для взаємовигідного обміну товарами і послугами між Африкою та іншими країнами [27].

Крім того, в Африці спостерігається розвиток місцевих підприємств та стартапів, що пропонують інноваційні рішення і послуги. Це створює можливості для співпраці та партнерства з місцевими підприємствами і розвитку спільних проєктів. Однак, при веденні міжнародного бізнесу з країнами Африки також існують певні виклики і особливості. До них відносяться недостатня розвиненість деяких інфраструктурних секторів, високий рівень політичної та економічної нестабільності в деяких регіонах, а також культурні та мовні різниці. Важливо враховувати ці фактори та знайти ефективні стратегії для успішного ведення бізнесу в цих умовах. Загалом, країни Африки пропонують великий потенціал для міжнародного бізнесу, забезпечуючи стабільний економічний ріст, розвиток інфраструктури та поліпшення бізнес-клімату. Співробітництво з країнами Африки може приносити взаємну користь, забезпечуючи обмін технологіями, досвідом та ресурсами, а також відкриваючи нові ринки для товарів і послуг.

2. Зростаючий споживчий ринок: Населення Африки знаходиться в стані швидкого зростання, що призводить до збільшення попиту на товари та послуги. Це створює нові можливості для експорту товарів та розширення бізнесу в регіоні. Зростаючий споживчий ринок в країнах Африки є однією з ключових особливостей та тенденцій ведення міжнародного бізнесу. Населення Африки має високий темп приросту і очікується, що до 2050 року чисельність населення континенту – подвоїться. За останні десятиліття відбувається значний приріст середнього класу, що призводить до збільшення купівельної спроможності та попиту на товари та послуги [22].

Зростаючий споживчий ринок Африки відкриває нові можливості для експорту товарів та послуг з інших країн. Країни, які мають конкурентні переваги у виробництві певних товарів, можуть використовувати цей потенціал для розширення своєї присутності на ринках Африки. Наприклад, сільськогосподарські продукти, текстильні вироби, електроніка та інші товари можуть бути експортовані з інших країн у країни Африки, щоб задовольнити

зростаючий попит на них. Крім того, зростаючий споживчий ринок в Африці стимулює розвиток місцевих підприємств та стартапів. Це відкриває можливості для партнерства та співпраці з місцевими підприємствами у створенні та постачанні товарів та послуг, що задовольняють місцевий попит.

Однак, для успішного ведення бізнесу на споживчому ринку Африки необхідно враховувати його особливості та виклики. Різноманітність культур, мов, законодавство та господарські умови в країнах Африки вимагають гнучкості та адаптації бізнес-стратегій. Для успіху на цьому ринку важливо розуміти потреби та уподобання місцевих споживачів, а також встановлювати довгострокові партнерські відносини з місцевими підприємствами та урядовими структурами. Також важливим аспектом ведення міжнародного бізнесу з країнами Африки є врахування інфраструктури та логістичних викликів. Розвиток транспортних мереж, портів, логістичних служб та електронної комерції є важливими факторами, які впливають на ефективність постачання товарів та послуг у регіоні. Підприємства повинні бути готовими до розвитку та використання новітніх технологій та інновацій у сфері логістики, щоб забезпечити ефективну та швидку поставку товарів у країни Африки.

Додатковим викликом може бути політична та економічна нестабільність деяких країн Африки, конфлікти та соціальні проблеми, які можуть вплинути на бізнес-середовище та ризики. Підприємства повинні бути готовими до управління цими ризиками, розробляти стратегії ризик-менеджменту та враховувати геополітичні фактори при плануванні своїх діяльностей в регіоні [14].

На зразок, однією з галузей, яка має потенціал для розвитку бізнесу в Африці, є туризм. Країни Африки мають багату культурну та природну спадщину, що приваблює багато туристів з усього світу. Зростаюче населення в країнах Африки також створює попит на внутрішні туристичні послуги, які можуть бути розвинуті місцевими та зарубіжними інвесторами. Іншим важливим аспектом є розвиток цифрової економіки в Африці. За останні кілька років в країнах Африки створено багато інноваційних стартапів, які займаються різними сферами, включаючи технології фінансових послуг, електронну комерцію, транспорт та

інше. Це створює нові можливості для міжнародного бізнесу, який може співпрацювати з місцевими стартапами та розвивати спільні проекти. Загалом, країни Африки мають значний потенціал для розвитку міжнародного бізнесу в різних галузях, таких як сільське господарство, енергетика, технології та інше. Однак, для успішної роботи в регіоні потрібно добре знати місцевий бізнес-клімат, культурні та етичні норми та звичаї, що можуть відрізнятися від західних країн.

3. Сектори з високим потенціалом: Ключові сектори, такі як сільське господарство, енергетика, інфраструктура, туризм та інформаційні технології, мають великий потенціал для розвитку в Африці. Ці сектори привертають іноземні інвестиції та створюють можливості для партнерства та співпраці [33].

Сільське господарство: Африка володіє великим потенціалом у сільському господарстві, завдяки своїм природним ресурсам і кліматичним умовам. Землеробство, рибальство та тваринництво є важливими галузями економіки багатьох країн Африки. Збільшення внутрішнього споживання та зростання популяції створюють попит на продукти харчування, що відкриває можливості для розвитку агробізнесу та залучення іноземних інвестицій.

Енергетика: Африка має значний потенціал для використання відновлюваних джерел енергії, таких як сонячна та вітрова енергія. Запаси нафти, газу та інших природних ресурсів також роблять Африку привабливим регіоном для енергетичних інвестицій. Розвиток енергетики сприяє економічному зростанню, покращенню життєвих умов населення та привертає іноземні компанії.

Інфраструктура: Великий дефіцит інфраструктури є одним з основних викликів для розвитку Африки. Розвиток транспортної мережі, енергетичної і водних систем, логістичної і соціальної інфраструктури відкриває можливості для інвестицій та співпраці з іноземними партнерами. Розширення та модернізація інфраструктури стимулює економіку, покращує доступ до ринків та збільшує потенціал для міжнародного бізнесу.

Туризм: Африка приваблює туристів з усього світу своїм багатством природних пам'яток, національних парків, культурними культурними туристичними атракціями. Сафарі, гірський туризм, пляжний відпочинок та культурні фестивалі привертають значну кількість відвідувачів. Розвиток туризму в Африці створює нові можливості для гостинності, готельного бізнесу, туристичних агентств та інших пов'язаних галузей [18].

Інформаційні технології: Швидкий розвиток інформаційних технологій в Африці сприяє розвитку цифрової економіки та створенню нових можливостей для бізнесу. Зростання доступу до Інтернету та мобільних технологій сприяє розвитку електронної комерції, фінансових послуг, технологічних стартапів та інших секторів, що базуються на інформаційних технологіях. Ці сектори мають великий потенціал для розвитку в Африці і привертають іноземні інвестиції.

4. Ризики та виклики: розвиток бізнесу в Африці пов'язаний з ризиками, такими як політична нестабільність, корупція, недостатність інфраструктури, висока конкуренція та культурні відмінності. Політичні перетрубації, зміни урядів та нестабільність законодавчої бази можуть впливати на бізнесове середовище. Корупція може вплинути на прозорість та надійність бізнесу. Недостатня розвиненість інфраструктури може ускладнювати логістику та здійснення операцій. Висока конкуренція вимагає вміння диференціюватися та займати конкурентну позицію на ринку. Культурні відмінності вимагають розуміння та поваги до місцевих норм та цінностей. Для успішного ведення бізнесу в Африці важливо бути готовим до цих ризиків та знайти способи адаптуватися до них.

5. Розвиток торговельних угод: Африканські країни активно укладають торговельні угоди з різними регіональними та світовими партнерами, сприяючи зниженню торговельних бар'єрів та збільшенню доступу до ринків. Такі угоди укладаються з організаціями, такими як Африканський союз, Європейський союз, Співтовариство розвитку Південної Африки та іншими. Вони сприяють розвитку експортно-імпортних відносин, залученню іноземних інвестицій та розширенню міжнародного бізнесу в Африці. Ці угоди створюють сприятливу основу для

торгівлі товарами та послугами, спільного інвестування та розвитку економічного співробітництва [12].

6. Інвестиції в Африку: зростаючий інтерес до Африки як потенційного ринку призводить до збільшення прямих іноземних інвестицій в регіон. Іноземні компанії активно вкладають кошти в різні сектори, такі як нафтова і газова промисловість, сільське господарство, інфраструктура, виробництво та інші. Вони розглядають Африку як потужну і вигідну платформу для отримання прибутку та розширення своєї присутності на ринку. Інвестиції сприяють створенню нових робочих місць, технологічному розвитку, підвищенню економічної активності та зростанню валового внутрішнього продукту в Африці.

7. Потенціал розвитку торгівлі: розширення торговельних відносин з країнами Африки відкриває перспективи збільшення обсягів торгівлі та створення нових бізнес-можливостей. Африка має значний потенціал у сферах продуктів сільського господарства, мінеральних ресурсів, високотехнологічних товарів та послуг. Розвиток торговельних відносин сприяє взаємному збільшенню експорту та імпорту, сприяє обміну досвідом та технологіями. Відкриття нових ринків та співпраця у торгівлі можуть стати стимулом для зростання економічного співробітництва та зміцнення взаємовигідних відносин між країнами [9].

Отже, Африка представляє значний потенціал для міжнародного бізнесу з урахуванням свого стабільного економічного росту, зростаючого споживчого ринку, секторів з високим потенціалом, торговельних угод, залучення іноземних інвестицій та розвитку торгівлі. Проте, існують ризики, пов'язані з політичною нестабільністю, корупцією та інфраструктурними викликами. Успішне ведення бізнесу вимагає розуміння цих ризиків та адаптації до них. Загалом, Африка є привабливим регіоном для партнерства, співпраці та розвитку міжнародного бізнесу.

Висновки до розділу 1

Підсумовуючи вищевикладене, ми дійшли висновку:

1. Зовнішньоекономічна діяльність відіграє важливу роль у міжнародній торгівлі з країнами Африки. Це включає експорт і імпорт товарів, послуг та капіталу, укладання торговельних угод та інвестиційну співпрацю. Зовнішньоекономічна діяльність сприяє зміцненню економічних зв'язків між країнами та сприяє розвитку торговельних відносин.

2. Аналізуючи особливості та тенденції ведення міжнародного бізнесу з країнами Африки, можна побачити, що регіон переживає стабільний економічний ріст та має значний потенціал для розвитку. Зростаюча середньорічна ставка економічного зростання, розвиток інфраструктури та поліпшення бізнес-клімату створюють сприятливі умови для залучення іноземних інвестицій та розвитку торгівлі. Країни Африки мають зростаючий споживчий ринок, що відкриває нові можливості для експорту товарів та розширення бізнесу в регіоні. Ключові сектори, такі як сільське господарство, енергетика, інфраструктура, туризм та інформаційні технології, мають великий потенціал для розвитку в Африці і привертають іноземні інвестиції.

Однак, існують ризики, пов'язані з політичною нестабільністю, корупцією, недостатністю інфраструктури, конкуренцією та культурними відмінностями. Для успішного ведення міжнародного бізнесу в Африці важливо мати розуміння цих ризиків та вміти адаптуватися до них. Крім того, розвиток торговельних угод з різними партнерами сприяє зниженню торговельних бар'єрів і збільшенню доступу до ринків.

Отже, міжнародний бізнес з країнами Африки має значний потенціал, але також потребує уважного аналізу ризиків та адаптації до специфічних умов регіону. Взаємне співробітництво, інвестиції та розвиток торговельних відносин є ключовими факторами успіху в цьому контексті.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ЕФЕКТИВНОГО ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКИ КРАЇН АФРИКИ

2.1. Оцінка сприятливості умов ведення бізнесу у країнах Африки

Досліджуване підприємство, пов'язане з оцінкою сприятливості умов ведення бізнесу у країнах Африки, є Громадською організацією «Українська асоціація зовнішньої політики». Ця організація, заснована в м. Києві, має за мету здійснювати наукові дослідження, аналізувати та сприяти розвитку зовнішньої політики України. ГО «Українська асоціація зовнішньої політики» активно займається аналізом економічних та політичних процесів в різних регіонах світу, зокрема в країнах Африки. Одним з ключових напрямків їх діяльності є вивчення та оцінка сприятливості умов ведення бізнесу у цьому регіоні.

Для досягнення поставленої мети, ГО «Українська асоціація зовнішньої політики» залучає висококваліфікованих експертів з економіки, права, політики та інших галузей для збору і аналізу даних. Вони проводять комплексне дослідження, включаючи збір статистичних даних, аналіз законодавства, оцінку регулюючих політик, фінансових умов, ринкових можливостей та інших факторів, які впливають на бізнес-середовище в країнах Африки.

Отримані результати дослідження дозволяють зробити об'єктивну оцінку сприятливості умов ведення бізнесу у країнах Африки. Це включає рейтинги, порівняльні аналізи, рекомендації та іншу інформацію, яка є цінним інструментом для підприємців та інвесторів, що планують розширити свою діяльність або здійснити інвестиції в країнах Африки.

Результати дослідження надають можливість оцінити рівень прозорості, стабільності законодавства, ефективності регуляторних політик, доступу до фінансових ресурсів, наявності ринкових можливостей та інших факторів, які впливають на ведення бізнесу в Африці. Це допомагає підприємцям приймати обґрунтовані рішення щодо розміщення своєї діяльності та ризиків, пов'язаних з бізнесом в регіоні.

Оцінка сприятливості умов ведення бізнесу у країнах Африки вимагає аналізу різних факторів. Нижче наведені деякі ключові аспекти, які можна врахувати при оцінці [29]:

1. Політична стабільність: Важливо оцінити стабільність політичної ситуації в країні. Політична нестабільність, конфлікти та непевність можуть негативно впливати на бізнес-середовище.

2. Економічна ситуація: Вивчення економічних показників, таких як ВВП, інфляція, безробіття та інші фактори, допоможе зрозуміти стан економіки країни та потенціал для бізнесу.

3. Інвестиційне середовище: Важливо оцінити рівень захисту прав власності, розмір іноземних інвестицій, законодавчі умови щодо бізнесу, процедури реєстрації та ліцензування, податкові ставки та інші аспекти, що впливають на привабливість країни для іноземних інвесторів.

4. Корупція: Рівень корупції є важливим фактором, оскільки вона може впливати на ефективність бізнесу та створювати недоброзичливе середовище для іноземних компаній.

5. Інфраструктура: Оцінка якості інфраструктури, такої як транспортні мережі, енергетичні системи, зв'язок та інші фактори, важлива для успішного функціонування бізнесу.

6. Ринковий потенціал: Вивчення розміру ринку, демографічних характеристик, попиту на товари та послуги, конкуренції та можливостей для розвитку.

7. Рівень освіти та кваліфікації робочої сили: Якість освіти та наявність кваліфікованої робочої сили є важливими аспектами для бізнесу. Високий рівень освіти та наявність фахівців можуть позитивно впливати на розвиток підприємства.

8. Інновації та дослідження: Оцінка рівня інноваційної діяльності, підтримки досліджень і розвитку нових технологій є важливою для визначення можливостей для інноваційного бізнесу.

9. Торговельні угоди та регіональна інтеграція: Існування торговельних угод та участь країни у регіональних блоках може створити переваги для бізнесу шляхом зменшення тарифів та інших бар'єрів у міжнародній торгівлі.

10. Культурні та мовні особливості: Розуміння культурних та мовних особливостей країни допоможе успішно взаємодіяти з місцевими партнерами та клієнтами, а також підтримувати ефективні комунікації.

11. Політика уряду щодо бізнесу: Оцінка політики уряду щодо підтримки бізнесу, спрощення процедур та регулювання, стимулювання підприємництва та інвестицій може впливати на рішення щодо вибору приймаючої країни.

Важливо враховувати, що при оцінці сприятливості умов ведення бізнесу в країнах Африки, важливо враховувати, що кожна країна має свої особливості та контекст. Інформація про кожну окрему країну Африки може змінюватись залежно від конкретної ситуації та розвитку [7].

Вирішуючи експортувати, перше, з чим має визначитися керівництво компанії – це метод виходу на іноземний ринок. Це ключова складова експортної стратегії. Від неї залежить масштаб і характер підготовчої роботи для забезпечення присутності на цільовому ринку.

У свою чергу вибір країн для постачання товарів/послуг визначається наявністю у компанії відповідних фінансових, людських та інших ресурсів, а також особливостями ринків, на яких вона хоче бути представленою.

Помилка багатьох експортерів-початківців полягає у неадекватній оцінці власних можливостей, що призводить до вибору неправильної стратегії.

Є п'ять ключових моделей просування на зовнішні ринки. Цей вибір особливо актуальний для українських компаній, що виходять на дохідний, але висококонкурентний ринок ЄС [24].

Прийняття рішення щодо виходу на конкретний ринок має ґрунтуватися на основі досліджень. Попередньо проведені дослідження зекономлять вам час та фінансові ресурси в процесі виходу на зарубіжні ринки. Дослідження допомагають експортерам визначити:

- на які ринки виходити і коли;

- які обрати шляхи для виходу на ринок;
- які для вашого товару чи послуги є клієнти та які конкуренти;
- які є бар'єри для виходу на ринок.

Згідно з постановкою завдання, підприємство може обрати для розширення міжнародного бізнесу ринок однієї з трьох країн, приблизно однакових за рівнем економічного розвитку та очікуваною прибутковістю діяльності. Оптимальний закордонний ринок необхідно обрати за результатами оцінки перспектив діяльності підприємства на кожному з трьох потенційно можливих ринків. Підґрунтям для вибору оптимального закордонного ринку є результати аналізу позиції кожної з країн у поширених рейтингових системах [28]:

- індекс глобалізації KOF (KOF Globalization Index);
- індекс економічної свободи (Index of Economic Freedom);
- глобальний інноваційний індекс (Global Innovation Index);
- індекс людського розвитку (Human Development Index).

В таблиці 2.1 наведено показники оцінювання бізнес-середовища країн.

Таблиця 2.1

Показники оцінювання бізнес-середовища країн Африки (Нігерія, Ефіопія, Кенія)

Склада дова	Індикатор	Нігерія	Ефіопія	Кенія
Політико-правове середовище	1. політична глобалізація (фактична)	94,15	94,54	89,18
	2. політична глобалізація (юридична)	98,71	98,64	97,36
	3. захист прав власності	97,3	96,2	100,0
	4. судова ефективність	97,1	96,9	97,8
	5. сумлінність влади	95,7	92,3	96,4
	6. фіскальна свобода	95,8	93,6	83,2
	7. податкове навантаження	44,9	51,2	68,4
	8. політична стабільність	85,7	83,9	85,7
	9. нормативно-правове середовище	90,5	88,9	95,9
Економічне середовище	1. економічна глобалізація (фактична)	80	92	79
	2. економічна глобалізація (юридична)	89	89	89
	3. свобода торгівлі	79,2	79,2	79,2
	4. свобода ведення бізнесу	84,6	88,1	88,7
	5. реєстрація підприємців	93,1	94,3	93,5
	6. свобода інвестицій	85,0	90,0	85,0
	7. захист інвесторів (міноритарних)	72,0	58,0	62,0
	8. фінансова свобода	80,0	80,0	80,0
	9. отримання кредитів	60,0	45,0	60,0

Соціально-середовище	1. соціальна глобалізація (фактична)	84,11	84,16	82,63
	2. соціальна глобалізація (юридична)	84,11	84,16	82,63
	3. свобода праці (трудових відносин)	65,4	58,9	65,1
	4. освіта	74,3	62,4	69,6
	5. науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи	74,1	65,0	66,6
	6. рівень знань працівників	77,3	61,4	66,0
	7. інноваційні зв'язки	70,3	54,8	70,1
	8. індекс людського розвитку	94,7	94,1	94,0
Технологічне середовище	1. інформаційно-комунікаційні технології	84,8	90,8	86,8
	2. загальна інфраструктура	53,3	41,1	48,8
	3. екологічна стійкість	49,6	41,3	42,9
	4. створення знань	78,4	67,7	62,5
	5. вплив знань	44,1	43,1	39,2
	6. креативні товари та послуги	33,0	36,0	24,1
	7. онлайн креатив	63,7	70,1	58,8

Джерело: розроблено автором на основі [28]

Отже, найкращим ринком для реалізації продукції є ринок Нігерії.

Нігерія, яка є найбільшою економікою в Африці, має декілька особливостей, які варто враховувати при розгляді її ринкового потенціалу:

1. Сировинні ресурси: Нігерія є однією з найбільших нафтових держав у світі. Вона також багата на природні ресурси, такі як природний газ, кольорові метали, вугілля та інші.

2. Внутрішній ринок: Нігерія має великий внутрішній ринок з населенням понад 200 мільйонів осіб. Це створює значний попит на товари та послуги, що відкриває багато можливостей для бізнесу.

3. Інформаційні технології: Країна має розвинений сектор інформаційних технологій та послуг, зокрема веб-розробка, програмне забезпечення, електронна комерція та інші сфери.

4. Сільське господарство: Нігерія є одним з провідних сільськогосподарських країн Африки. Вона вирощує широкий спектр продуктів, таких як кава, какао, арахіс, пальма, кунжут, касава та інші.

З наведених даних можемо розрахувати агрегований показник, який визначається за формулою. Агрегований показник стану бізнес-середовища приймаючої країни розраховується за формулою [30]:

$$I = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{1}{M_i} \sum_{j=1}^{M_i} k_{ij}, \quad (2.1)$$

де I – агрегований показник стану бізнес-середовища приймаючої країни;

S_i – оцінка i -тої складової бізнес-середовища країни ($i=1, \dots, N$);

Таблиця 2.2

Агрегований показника оцінювання бізнес-середовища країн Африки (Нігерія, Ефіопія, Кенія)

Показники	Нігерія	Ефіопія	Кенія
Політико-правове середовище	66,15	56,94	58,69
Економічне середовище	61,33	48,56	53,28
Соціальне середовище	57,94	48,12	52,06
Технологічне середовище	41,58	37,15	32,91
Кінцевий показник	56,75	47,69	49,24

Джерело: розроблено автором на основі [30]

Розрахуємо агрегований показник для оцінювання бізнес-середовища країни Нігерія: $I = (66,15+61,33+57,94+41,58) / 4 = 227,0 / 4 = 56,75$.

Розрахуємо агрегований показник для оцінювання бізнес-середовища країни Ефіопія: $I = (56,94+48,56+48,12+37,15) / 4 = 190,77 / 4 = 47,69$.

Розрахуємо агрегований показник для оцінювання бізнес-середовища країни Кенія: $I = (58,69+53,28+52,06+32,91) / 4 = 196,94 / 4 = 49,24$.

З огляду на надану інформацію про агрегований показник оцінювання бізнес-середовища країн Африки (Нігерія, Ефіопія, Кенія), де Нігерія має найвищі показники, можна зробити наступний кінцевий висновок:

Нігерія є найкращим варіантом для реалізації продукції в контексті бізнес-середовища серед розглянутих країн Африки. Вона має сильні сторони, такі як розвинений ринок, наявність сировинних ресурсів, великий внутрішній ринок та

розвинений сектор інформаційних технологій. Показники оцінювання бізнес-середовища Нігерії підтверджують її привабливість для підприємництва та можливості успішної діяльності на цьому ринку.

Проте, вибір країни для реалізації продукції залежить від багатьох факторів, включаючи специфіку бізнесу, ризики, вартість виробництва, доступ до ресурсів та ринкову стратегію. Ретельний аналіз і порівняння всіх аспектів, включаючи не тільки бізнес-середовище, але й фінансові, правові та культурні аспекти, допоможуть прийняти кінцеве рішення щодо вибору найбільш відповідної країни для реалізації вашої продукції.

2.2. Рекомендації щодо виходу та підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств на ринок країн Африки

Планування зовнішньоекономічної діяльності є об'єктивно необхідним для будь-якого підприємства, це пов'язано з тим, що кожне підприємство прагне функціонувати в умовах глобалізації ринку, одержати додатковий прибуток за рахунок більш повного використання переваг міжнародного поділу праці, міжнародної економічної інтеграції; передбачити несприятливі дії зовнішніх факторів, різноманітні непередбачені обставини, котрі можуть відбутися на світовому ринку, крім того існує реальна необхідність прогнозування свого майбутнього [2].

На сьогоднішній день, багато підприємств працюють без прийнятих планів, це пояснюється тим, що ситуація на ринку, а особливо зовнішньому змінюється дуже швидко і планування приносить мало користі. Для західних країн це пояснюється високою насиченістю та індивідуалізацією споживчого попиту, його різноманітним характером. Ці зміни породжені такими факторами зовнішнього середовища, як виникнення нових технологій, засобів зв'язку і т.д. Відповідно до таких подій і бізнес повинен швидко змінюватися. Для української економіки мінливість середовища, пояснюється насамперед перехідним характером народного господарства, участю нашої країни у світових інтеграційних процесах,

лібералізацією зовнішньоекономічної діяльності і, як наслідок, нестабільністю соціально-економічної сфери. Водночас, будь-який суб'єкт міжнародного бізнесу має передбачати ймовірність впливу некерованих факторів зовнішнього впливу, що призводить до реалізації несприятливих сценаріїв діяльності на зовнішньому ринку [7].

Визначимо та обґрунтуємо природу ключових факторів несприятливого зовнішнього впливу для міжнародної діяльності підприємства на ринку Африки (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Обґрунтування природи ключових факторів несприятливого зовнішнього впливу для міжнародної діяльності підприємства на ринку Африки

№	Група факторів	Фактор	Несприятливий зовнішній вплив для міжнародної діяльності підприємства на ринку Африки
1	Політичні	зміна уряду в країні	скасування пільг для іноземних інвесторів збільшення податків на закордонні операції експропріація активів міжнародних компаній
		зміна законодавства щодо імпорту товарів в країну	підвищення митних платежів обмеження обсягу імпортованого товару
		заборона імпорту товарів, виробництво яких існує в країні	зменшення обсягів реалізації підприємства
			невиконання планів продажу підприємства
2	Економічні	економічна криза, викликана пандемією COVID-19	скорочення попиту на товари не першої необхідності. Взуття не є товаром першої необхідності. Споживачі не купують взуття щодня
			відсутність вільних грошових коштів
			економічні зв'язки та відношення із постачальниками і покупцями
		інфляція	скорочення попиту на товари не першої необхідності
		зміни ставки НБУ	скорочення попиту на товари не першої необхідності
		продаж товарів вітчизняного виробництва за більш привабливою ціною	зменшення обсягів реалізації підприємства
	економічні стратегічні альянси	зменшення обсягів реалізації підприємства	
3	Соціальні	зростання безробіття	скорочення попиту на товари не першої необхідності
		відсутність змін щодо прожиткового мінімуму	скорочення попиту на товари не першої необхідності
		відсутність змін щодо мінімальної заробітної плати	скорочення попиту на товари не першої необхідності

Джерело: розроблено автором на основі [26]

На практиці здебільшого змінюються одночасно декілька показників. Оцінити таку ситуацію допомагає сценарний аналіз. Для того, щоб застосувати сценарний аналіз, необхідно визначити перелік критичних факторів, які можуть

змінюватись одночасно. Використовуючи аналіз чутливості, можна обрати фактори, які здійснюють найбільший вплив на результат проекту. Зазвичай розглядають три варіанти сценарію: оптимістичний, песимістичний та найбільш ймовірний, однак при потребі їх кількість можна збільшити.

Для кожного сценарію розвитку розраховуються середні значення результативних показників (з урахуванням ймовірності здійснення кожного сценарію) та визначається розмах їх варіації або середньоквадратичне відхилення. Перевагою цього методу є те, що відхилення параметрів розраховуються з урахуванням їх кореляції. Слід зазначити, що застосування програмних засобів типу Excel дозволяє необмежено збільшувати число можливих сценаріїв і вводити додаткові змінні, за рахунок чого значно підвищити ефективність оцінки ризику. Не применшуючи позитивні аспекти застосування даного методу для оцінювання ризиків діяльності підприємства, варто акцентувати увагу і на його недоліках. Слід відмітити наступні [26]:

- 1) при використанні даного методу виникає необхідність у побудові декількох моделей, які відповідають кожному сценарію, а це, в свою чергу, передбачає необхідність проведення масштабних підготовчих робіт з відбору та аналітичної переробки інформації;

- 2) виникає необхідність виявлення зв'язку між аналізованими змінними;

- 3) існує достатня «розмитість» меж сценаріїв, оскільки при привласненні змінним яких-небудь значень для кожного сценарію допускається деякий волюнтаризм;

- 4) адекватність побудованого сценарію у великій мірі визначається якістю моделі та обсягом початкової інформації, що при невідповідному рівні одного або іншого істотно знижує цінність сценарію для цілей прогнозування;

- 5) згідно з цим методом, проект слід відхилити, якщо він неефективний хоч би при одному сценарію, навіть якщо цей сценарій малоімовірний, тому необхідна особлива увага при формуванні сукупності даних сценаріїв і обґрунтуванні меж можливих коливань параметрів, що враховуються. Оцінимо ймовірність настання певних сценаріїв розвитку подій з урахуванням впливу як

позитивних, так й негативних змін визначених ключових факторів впливу на міжнародну діяльність підприємства.

Оцінка ймовірності настання певних сценаріїв розвитку подій наведено в додатку А. Незважаючи на санітарну кризу Covid-19 протягом 2021 у країн Африки загалом спостерігалось відновлення економічної ситуації, яке розпочалося навесні і продовжило демонструвати зростання до кінця року. За оцінкою Міністерства економіки, фінансів та відновлення Африки у 2023 очікується збільшення економіки на рівні +4% після сильного відновлення у 2021 (+6%). У разі продовження такого позитивного тренду, до кінця 2021 економічна активність навіть перевищить докризовий рівень.

Економіка Африки є різноманітною і має значний потенціал для розвитку. Протягом останніх десятиліть багато країн Африки досягли стабільного економічного зростання і прогресу в різних галузях.

Низка факторів сприяють розвитку економіки Африки. Насамперед, швидке зростання населення створює внутрішній попит і потенційний ринок для товарів і послуг. Крім того, багато країн Африки мають значні природні ресурси, такі як нафта, газ, мінерали та сільськогосподарські продукти, що відкриває можливості для експорту і привертання іноземних інвестицій [14].

Прогнози варіюються в залежності від країни. Деякі країни, такі як Кенія, Нігерія та Ефіопія, мають високий потенціал для економічного росту, особливо в галузі інфраструктури, сільського господарства, туризму та інформаційних технологій. Важливо враховувати конкретні особливості кожної країни Африки при формуванні прогнозів розвитку економіки. Наприклад, країни з великими нафтовими резервами, такі як Нігерія, можуть бути вразливі до коливань цін на нафту на світовому ринку. Країни, що активно інвестують у розвиток інфраструктури, можуть мати перспективи для залучення більшого обсягу іноземних інвестицій та розвитку торгівлі.

Для підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств на ринку країн Африки можуть бути запропоновані такі рекомендації [22]:

1. Вивчення місцевого ринку: Детальне дослідження ринкових умов, споживчих звичок, культурних особливостей та конкурентного середовища країни допоможе адаптувати продукцію та маркетингові стратегії до потреб.

2. Встановлення партнерських зв'язків: Співпраця з місцевими підприємствами, дистриб'юторами або агентами може забезпечити локальну експертизу, знизити бар'єри входу на ринок та покращити розуміння реалій.

3. Уважне врахування правових та регуляторних аспектів: Розуміння місцевих правил, норм та процедур є важливим для забезпечення відповідності законодавству та запобігання можливим правовим проблемам.

4. Розробка адаптованих продуктів і послуг: Зважаючи на особливості ринку та потреби місцевих споживачів, важливо розробити адаптовані продукти і послуги, які відповідають їхнім вимогам і пріоритетам. Це може включати зміну упаковки, розмірів, смакових властивостей або інших параметрів.

5. Забезпечення якості та стандартів: Дотримання високих стандартів якості та безпеки продукції є ключовим фактором успіху на ринках Африки. Важливо використовувати відповідні сертифікаційні стандарти та процедури, щоб забезпечити довіру споживачів і дотримуватись місцевих вимог.

6. Розуміння культурних особливостей: Африка має різноманітні культури, традиції та цінності. Врахування цих аспектів у комунікації, маркетингу та взаємодії з місцевими споживачами допоможе побудувати позитивні стосунки та отримати підтримку спільноти.

7. Постійне оновлення знань про ринок: Ринки Африки постійно змінюються і розвиваються. Підприємства повинні бути готові до вивчення нових трендів, технологій і можливостей, що виникають на ринку. Постійне оновлення знань і аналіз ринкової ситуації допоможуть підприємствам залишатися конкурентоспроможними.

Отже, найменш сприятливим сценарієм розвитку подій для міжнародної діяльності підприємств в Африці можуть бути наступні фактори:

1. Політична нестабільність: Нестабільні політичні умови, включаючи політичні конфлікти, зміни уряду або непередбачувані політичні рішення, можуть створити невпевненість та негативно позначитися на бізнес-середовищі.

2. Економічна нестабільність: Висока інфляція, зміни валютних курсів, низька економічна активність та інші економічні труднощі можуть вплинути на прибутковність та стабільність бізнесу.

3. Корупція та недостатність правової системи: Корупція, непрозорість та недостатня захищеність прав власності можуть створювати перешкоди для підприємництва та міжнародних інвестицій.

4. Інфраструктурні виклики: Недатня розвинутість транспортної, енергетичної та логістичної інфраструктури може обмежувати доступ до ринків та збільшувати витрати на виробництво та постачання.

5. Соціальні та географічні фактори: Високий рівень бідності, низький рівень освіти, нерівний розподіл доходів, демографічні труднощі та географічні обмеження можуть створювати виклики для бізнесу.

Рекомендації щодо виходу та підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств на ринок країн Африки, які можуть застосовувати члени ГО «Українська асоціація зовнішньої політики», включають наступні пункти:

1. Аналіз ринкових умов: члени ГО можуть рекомендувати підприємствам ретельно вивчити ринкові умови та особливості країн Африки, включаючи економічні тенденції, політичну стабільність, правову систему, культурні особливості та інші фактори, що впливають на бізнес-середовище.

2. Розробка стратегії входу на ринок: члени ГО можуть надати підприємствам рекомендації щодо розробки стратегії входу на ринок Африки, включаючи вибір оптимальних країн для експансії, визначення цільових ринкових сегментів та аналіз конкурентної ситуації.

3. Партнерства та місцева співпраця: рекомендації можуть включати пошук потенційних партнерів та місцевих контактів у країнах Африки, зокрема через мережі бізнес-асоціацій та партнерських організацій.

4. Адаптація до місцевих умов: члени ГО можуть рекомендувати підприємствам адаптувати свою продукцію, маркетингові стратегії та бізнес-процеси до місцевих культурних, соціальних та економічних особливостей.

5. Підтримка урядових ініціатив: ГО може підтримувати та рекомендувати підприємствам використання урядових ініціатив урядів для підтримки бізнесу в країнах Африки. Це може включати програми підтримки підприємництва, зниження податкового тягаря, спрощення процедур реєстрації та ліцензування, надання фінансової підтримки та доступу до кредитів.

6. Міжнародна співпраця: члени ГО можуть рекомендувати підприємствам активно залучатись до міжнародних форумів, виставок та бізнес-зустрічей, які сприяють встановленню контактів з потенційними партнерами, інвесторами та клієнтами з країн Африки.

Використання цих рекомендацій сприятиме підприємствам у виборі правильної стратегії, адаптації до місцевих умов, підвищенні ефективності та досягненні успіху на ринках країн Африки. Члени ГО «Українська асоціація зовнішньої політики» можуть використовувати ці рекомендації для консультування підприємців, організації семінарів та тренінгів, а також для впливу на формування політики та підтримку підприємницького середовища в країнах Африки.

Висновки до розділу 2

Підсумовуючи вищевикладене, ми дійшли висновку:

1. Найкращим ринком для реалізації продукції є ринок Нігерії. Нігерія, яка є найбільшою економікою в Африці, має декілька особливостей, які варто враховувати при розгляді її ринкового потенціалу. Нігерія є однією з найбільших нафтових держав у світі. Вона також багата на природні ресурси, такі як природний газ, кольорові метали, вугілля та інші. Нігерія має великий внутрішній ринок з населенням понад 200 мільйонів осіб. Це створює значний попит на товари та послуги, що відкриває багато можливостей для бізнесу. Країна має

розвинений сектор інформаційних технологій та послуг, зокрема веб-розробка, програмне забезпечення, електронна комерція та інші сфери. Нігерія є одним з провідних сільськогосподарських країн Африки. Вона вирощує широкий спектр продуктів, таких як кава, какао, арахіс, пальма, кунжут, касава та інші.

З огляду на надану інформацію про агрегований показник оцінювання бізнес-середовища країн Африки (Нігерія, Ефіопія, Кенія), де Нігерія має найвищі показники, можна зробити наступний кінцевий висновок:

Нігерія є найкращим варіантом для реалізації продукції в контексті бізнес-середовища серед розглянутих країн Африки. Вона має сильні сторони, такі як розвинений ринок, наявність сировинних ресурсів, великий внутрішній ринок та розвинений сектор інформаційних технологій. Показники оцінювання бізнес-середовища Нігерії підтверджують її привабливість для підприємництва та можливості успішної діяльності на цьому ринку.

2. Для виходу та підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств на ринок країн Африки, рекомендується детальне вивчення ринку, співпраця з місцевими партнерами, адаптація до місцевих умов, розвиток логістичної інфраструктури, будівництво місцевих партнерств, забезпечення якості та стандартів, розробка фінансової стратегії, ефективна реклама та маркетинг. Ці заходи допоможуть вітчизняним підприємствам успішно виходити на ринки країн Африки, займати своє місце серед конкурентів і досягати підвищеної ефективності своєї діяльності.

В цілому, виходження на ринки країн Африки може бути викликом, але при правильній стратегії та адаптації до місцевих умов вітчизняні підприємства мають великий потенціал для успіху. Важливо проводити детальне дослідження ринку, розуміти потреби місцевих споживачів і співпрацювати з місцевими партнерами та органами влади. За допомогою правильних стратегій і рекомендацій, підприємства можуть досягти успіху на ринках країн Африки та розширити свою глобальну присутність.

ВИСНОВКИ

На основі дослідження, проведеного у випускній роботі, слід зробити наступні висновки.

Стратегія виходу підприємства на зовнішні ринки – це логічна схема маркетингових заходів, за допомогою якої компанія сподівається виконати свої маркетингові завдання. Вона складається з окремих стратегій для цільових ринків, позиціонування, маркетингового комплексу і рівня витрат на маркетингові заходи. Розробляючи конкурентну стратегію, компанії прагнуть знайти і втілити спосіб вигідно і довготривало конкурувати в свій галузі. Універсальної конкурентної стратегії не існує; лише стратегія, що узгоджена з умовами конкретної галузі, досвідом та капіталом, яким володіє конкретна фірма, може принести успіх.

Аналізуючи особливості та тенденції ведення міжнародного бізнесу з країнами Африки, можна побачити, що регіон переживає стабільний економічний ріст та має значний потенціал для розвитку. Зростаюча середньорічна ставка економічного зростання, розвиток інфраструктури та поліпшення бізнес-клімату створюють сприятливі умови для залучення іноземних інвестицій та розвитку торгівлі. Країни Африки мають зростаючий споживчий ринок, що відкриває нові можливості для експорту товарів та розширення бізнесу в регіоні. Ключові сектори, такі як сільське господарство, енергетика, інфраструктура, туризм та інформаційні технології, мають великий потенціал для розвитку в Африці і привертають іноземні інвестиції.

Однак, існують ризики, пов'язані з політичною нестабільністю, корупцією, недостатністю інфраструктури, конкуренцією та культурними відмінностями. Для успішного ведення міжнародного бізнесу в Африці важливо мати розуміння цих ризиків та вміти адаптуватися до них. Крім того, розвиток торговельних угод з різними партнерами сприяє зниженню торговельних бар'єрів і збільшенню доступу до ринків.

Отже, міжнародний бізнес з країнами Африки має значний потенціал, але також потребує уважного аналізу ризиків та адаптації до специфічних умов регіону. Взаємне співробітництво, інвестиції та розвиток торговельних відносин є ключовими факторами успіху в цьому контексті.

Найкращим ринком для реалізації продукції є ринок Нігерії. Нігерія, яка є найбільшою економікою в Африці, має декілька особливостей, які варто враховувати при розгляді її ринкового потенціалу. Нігерія є однією з найбільших нафтових держав у світі. Вона також багата на природні ресурси, такі як природний газ, кольорові метали, вугілля та інші. Нігерія має великий внутрішній ринок з населенням понад 200 мільйонів осіб. Це створює значний попит на товари та послуги, що відкриває багато можливостей для бізнесу. Країна має розвинений сектор інформаційних технологій та послуг, зокрема веб-розробка, програмне забезпечення, електронна комерція та інші сфери. Нігерія є одним з провідних сільськогосподарських країн Африки. Вона вирощує широкий спектр продуктів, таких як кава, какао, арахіс, пальма, кунжут, касава та інші.

З огляду на надану інформацію про агрегований показник оцінювання бізнес-середовища країн Африки (Нігерія, Ефіопія, Кенія), де Нігерія має найвищі показники, можна зробити наступний кінцевий висновок:

Нігерія є найкращим варіантом для реалізації продукції в контексті бізнес-середовища серед розглянутих країн Африки. Вона має сильні сторони, такі як розвинений ринок, наявність сировинних ресурсів, великий внутрішній ринок та розвинений сектор інформаційних технологій. Показники оцінювання бізнес-середовища Нігерії підтверджують її привабливість для підприємництва та можливості успішної діяльності на цьому ринку.

На підставі проведеного дослідження щодо виходу вітчизняних підприємств на ринки країн Африки, були сформульовані наступні рекомендації для підвищення ефективності їх діяльності:

1. Вивчення ринку: Перш за все, важливо детально вивчити особливості країн Африки, їхні економічні, політичні та культурні особливості. Ретельний

аналіз попиту, конкуренції та потенційних можливостей на ринку Африки допоможе підприємствам зорієнтуватися і визначити свою конкурентну перевагу.

2. Партнерство з місцевими компаніями: Співпраця з місцевими партнерами може бути важливим кроком для успішного входу на ринки Африки. Це дозволить отримати доступ до місцевого досвіду, зв'язків та ресурсів, а також зменшить ризики та сприятиме адаптації до місцевих умов.

3. Адаптація до місцевих умов: Розуміння культурних та соціальних особливостей країн Африки є ключовим. Варто адаптувати продукти, послуги та маркетингові стратегії до потреб і вимог місцевого населення. Також варто враховувати місцеві правові та регуляторні вимоги.

4. Розвиток логістичної інфраструктури: Логістична інфраструктура в Африці може бути викликом для підприємств. Інвестування в розвиток транспортної інфраструктури, зокрема в порти, дороги та логістичні центри, допоможе полегшити поставки товарів і послуг.

5. Будівництво місцевих партнерств: Співпраця з місцевими органами влади, торговельними палатами та іншими бізнес-асоціаціями може допомогти встановити контакти з ключовими гравцями на ринку та отримати необхідну підтримку та інформацію.

6. Фінансова стратегія: Розробити адаптовану фінансову стратегію для роботи на ринках Африки, з урахуванням місцевої валюти, фінансових ризиків та специфіки банківської системи. Дослідити можливості фінансування через місцеві фінансові інститути та програми підтримки бізнесу.

В цілому, виходження на ринки країн Африки може бути викликом, але при правильній стратегії та адаптації до місцевих умов вітчизняні підприємства мають великий потенціал для успіху. Важливо проводити детальне дослідження ринку, розуміти потреби місцевих споживачів і співпрацювати з місцевими партнерами та органами влади. За допомогою правильних стратегій і рекомендацій, підприємства можуть досягти успіху на ринках країн Африки та розширити свою глобальну присутність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Батченко Л.В., Дятлова В.В., Мойсеєнко К.Є., Ткаченко О.Г. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник / за заг. ред. д.е.н., проф Дятлової В.В. У 2-х частинах. Частина I. Харків: Вид-во «НТМТ», 2018. - 259 с.
2. Бондаренко Н., Червонченко К. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств в умовах глобалізації економіки. Соціальна економіка. 2020. – Випуск №59. С. 105-117.
3. Брінь П.В., Прокоп М.В., Нехме М.Н. Динамічне оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини і світове господарство». 2019. - Вип. Ч. 1. - С. 62–68
4. Гобела В. В. Управління зовнішньоекономічною діяльністю & Management of Foreign Economic Activity : навчальний посібник. Львів : ЛьвДУВС, 2021. - 244 с.
5. Гордополов В. Сутність, принципи та критерії вибору стратегій зовнішньоекономічної діяльності. Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. [Тернопіль, 28 трав. 2021 р.]. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - С. 43–45.
6. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник. 5-те вид., перероб. та допов. Ірпінь: Університет ДФС України, 2019. - 410 с.
7. Дахно І.І., Алієва-Барановська В.М. Зовнішньоекономічна діяльність. Київ: Центр учбової літератури, 2018. - 356 с.
8. Дядін А.С. Техніка сценаріїв в системі антикризового фінансового менеджменту підприємства. Соціальна економіка. 2019. - №57. - С. 18–24.
9. Дятлова В.В., Положенцева К.В. Зовнішньоекономічна діяльність України: регіональні особливості, тенденції та напрями розвитку. Вісник економічної науки України. 2020. - № 1 (38). - С. 73-78.

10. Завгородній А. В. Принципи зовнішньоекономічної діяльності: національні та регіональні виміри / Андрій Володимирович Завгородній // Український журнал прикладної економіки. – 2019. – Том 4. – № 1. – С. 85–93.

11. Зінчук Т. Міжнародні економічні відносини та зовнішньоекономічна діяльність: навчальний посібник / Т. Зінчук, І. Горбачева, О. Ковальчук, Н. Куцмус та ін. Київ: ЦНУЛ. – 2017. - 512 с.

12. Іващенко Г. А. Формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства. Ефективна економіка. 2021. - № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8911> (дата звернення: 18.05.2023).

13. Іщук С. О., Полякова Ю. В., Процевят О. С. Структура та динаміка українського товарного експорту: регіональний вимір. Регіональна економіка. 2021. - № 1. - С. 20–28.

14. Ковтун Е. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. 2018. - №2 – С. 41–45.

15. Ковтуненко К.В. Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності (для магістрів): навчальний посібник / К. В. Ковтуненко, О. М. Коваленко, О. В. Станіславик та ін. ; за ред. К. В. Ковтуненко. Київ : Центр учбової літератури, 2018. - 504 с.

16. Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник. Видання 6-те, перероб. та доп. / За ред. Козака Ю. Г. – К.: «Центр учбової літератури», 2019. – 292 с.

17. Козак Ю.Г.Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон [монографія] / Ю. Г. Козак, Н. В. Притула, О. А. Єрмакова та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 240 с.

18. Компанець К.А., Литвишко Л.О., Артемчук В.О. Особливості інноваційного стратегічного управління підприємствами під час пандемії COVID-19. Інтеллект XXI. 2021. - № 1. - С. 82–86.

19. Кондратенко Н. О., Тернова І. А., Колесник Т. М. Теоретико-методичні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю господарюючих суб'єктів України. Бізнес Інформ. 2021. - №2. - С. 21–26.

20. Котиш О.М., Мілько І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: організація та управління: навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. - 183 с.

21. Кравчук Н. Я. Дивергенція глобального розвитку: сучасна парадигма формування геофінансового простору. Київ : Знання, 2020. - С. 782.

22. Легостаєва О. Тенденції розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. Науковий погляд: економіка та управління. 2020 - №2. – С.28–32

23. Макарова О.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: конспект лекцій. Луцьк: ПП «Поліграфія», 2020. - 90 с.

24. Малишко Є. О. Аналіз зв'язку посередників та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. - №25. - С. 149-153.

25. Марченко В. М., Лебедева Н.П. Стратегія експортної діяльності суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. Економіка і суспільство. 2017. - Вип. № 13. - С. 592–596.

26. Пазуха М.Д. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. К.: ТОВ “Кондор”, 2018. - 230с.

27. Перевезєва А. В., Мала К. С. Експортна стратегія підприємства як основа діяльності на міжнародному ринку. Вісник Запорізького національного університету. 2017. - № 3(35). - С. 102–108.

28. Пенська І. О. Торговельні орієнтири України на світових ринках. Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси. 2017. - № 2. - С. 5.

29. Петухова О. М., Ямкова А. М. Розвиток експортної діяльності підприємства. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2019. - Т. 25. - №1. С. 47–54.

30. Пічугіна Т. С., Бутенко Г. В. Формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2018. - № 20 (1296). - С. 45–49.

31. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України. (№N 959-XII від 16. 04. 1991 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>. (дата звернення: 18.05.2023).

32. Решетнікова О.В., Даниленко В.І., Боровик Т.В. Логістична інфраструктура як стратегічний елемент розвитку зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств. Економічний, організаційний та правовий механізм підтримки і розвитку підприємництва: колективна монографія; за ред. О. В. Калашник, Х. З. Махмудова, І. О. Яснолоб. Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 2020. - С. 143-150.

33. Тищенко В.Ф. Основи зовнішньоекономічної діяльності та митної справи: навчальний посібник / В. Ф. Тищенко, В. М. Остапенко. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. – 193 с.

34. Хаєцька О. П. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва в Україні. Економіка та управління АПК. 2018. - № 2 (140). - С. 122–131.

35. Харчук Т. В. Шляхи виходу підприємств на зовнішній ринок. Актуальні проблеми економіки. 2019. - № 8(98). - С. 12–16.

36. Хрупович С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник. Тернопіль, 2017. - 137 с.

37. Чернишова Л.Л., Величко К.Ю., Козуб В.О., Носач Л.О., Печенка О.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: практикум: навч. посіб. Харків: Видавництво «Форт», 2017. - 238 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1

Оцінка ймовірності настання певних сценаріїв розвитку подій

№	Фактор	Негативний вплив	Ймовірність настання	Позитивний вплив	Ймовірність настання
1	Політичні				
1.1	Зміна уряду в країні	1.1.1. скасування пільг для іноземних інвесторів	0,7	1.1.4. введення додаткових пільг для іноземних інвесторів	0,3
		1.1.2. збільшення податків на закордонні операції	0,6	1.1.5. скорочення податків на закордонні операції	0,3
		1.1.3. експропріація активів міжнародних компаній	0,6	1.1.6. підтримка активів міжнародних компаній	0,2
1.2	Зміна законодавства щодо імпорту товарів в країну	1.2.1. підвищення митних платежів	0,5	1.2.3. скорочення митних платежів	0,2
		1.2.2. обмеження обсягу імпортованого товару	0,5	1.2.4. стимулювання імпорту	0,2
1.3	Заборона імпорту товарів, виробництво яких існує в країні	1.3.1. зменшення обсягів реалізації підприємства	0,3		
		1.3.2. невиконання планів продажу підприємства	0,2		
2	Економічні				
2.1	Економічна криза, викликана пандемією COVID-19	2.1.1. скорочення попиту на товари не першої необхідності; відсутність вільних грошових коштів, економічні зв'язки та відношення із постачальниками і покупцями	0,7		
2.2	Інфляція	2.2.1. скорочення попиту на товари не першої необхідності	0,7		
2.3	Продаж товарів вітчизняного виробництва за більш привабливою ціною	2.3.1. зменшення обсягів реалізації підприємств відсутність вільних грошових коштів	0,6		
2.4	Зростання безробіття	2.4.1. скорочення попиту на товари не першої необхідності	0,6		
3	Соціальні				
3.1	Відсутність змін щодо прожиткового мінімуму	3.1.1. скорочення попиту на товари не першої необхідності	0,6		
3.2	Відсутність змін щодо мінімальної заробітної плати	3.2.1. скорочення попиту на товари не першої необхідності	0,6		

Джерело: розроблено автором на основі [26]