

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Специфіка економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу»

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

Студента 4 курсу, 16 групи,
факультету міжнародної торгівлі та
права
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини» освітньої
програми «Міжнародний бізнес»

Божко
Михайла
Володимировича

(підпис)

Науковий керівник
доктор економічних наук,
професор

Дугінець
Ганна
Володимирівна

(підпис)

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
доцент

Лежешькова
Вікторія
Геннадіївна

(підпис)

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права
Спеціальність «Міжнародні економічні відносини»
Освітня програма «Міжнародний бізнес»

Кафедра світової економіки

Затверджую

Зав. кафедри _____

«__» _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

на випускну кваліфікаційну роботу студенту

Божку Михайлу Володимировичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проєкту):

«Специфіка економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу»
(на матеріалах Торгово-промислової палати України, м. Київ)

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

2. Строк здачі студентом закінченого роботи (проєкту) 23.05.2023

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

Мета роботи (проєкту): дослідження і розробка практичних аспектів ведення економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу.

Об'єкт дослідження: економічна діяльність вітчизняних підприємств на ринках країн ЄС..

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти оцінки результативності економічної діяльності на зовнішніх ринках.

4. Перелік графічного матеріалу: 2 таблиць та 7 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 ОСНОВИ ЗДІЙСНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

1.1. Сутність і специфіка економічної діяльності в міжнародному бізнесі

1.2. Індикатори результативності економічної діяльності на зовнішніх ринках

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВЕДЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКАХ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

2.1 Аналіз стану економічної діяльності українських суб'єктів на ринках ЄС

2.2 Роль ТПП в підвищенні результативності економічної діяльності вітчизняних підприємств на ринках країн ЄС

Висновки до розділу 2

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

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	18.12.2022
2.	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 10.02.2023	8.02.2023
3.	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 28.02.2023	27.02.2023
4.	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 26.04.2023	24.04.2023
5.	Подача готової ВКР науковому керівнику	до 20.05.2023	18.05.2023
6.	Подача готової ВКР на кафедру	до 23.05.2023	22.05.2023
7.	Попередній захист ВКР	за графіком (30.05.– 10.06.2023)	
8.	Захист ВКР	за графіком (13.06 – 24.06.2023)	

8. Дата видачі завдання « » 2022 р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проєкту):

Дугінець Г. В.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Керівник освітньої програми:

Лежешкокова В. Г.

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студента:

Божко М.В.

(прізвище, ініціали, підпис)

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проєкту) на тему «Специфіка економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу», виконаної на матеріалах Торгово-промислової палати України, м. Київ).

В роботі проаналізовано теоретичні та практичні аспекти здійснення економічної діяльності на зовнішніх ринках. Визначено роль «Торгово-промислової палати України», м. Київ у міжнародному бізнесі. Сформульовано висновки і розроблено заходи економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу. Випускна кваліфікаційна робота на достатньому рівні розкриває обрану тематику, відповідає встановленим вимогам та рекомендована до публічного захисту.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проєкту)

_____ Дугінець Г.В.

(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проєкт)

Випускна кваліфікаційна робота (проєкт) студента

Божка М.В.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційної комісії.

Керівник освітньої програми _____ Лежєп'юкова В.Г.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Дугінець Г.В.

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » 2023 р.

АНОТАЦІЯ

Божко Михайло Володимирович. Специфіка економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу (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 специфіки економічної діяльності на ринках Європейського Союзу. Проаналізовано теоретичні та практичні аспекти здійснення економічної діяльності на зовнішніх ринках. Визначено роль «Торгово-промислової палати України», м. Київ у міжнародному бізнесі. Сформульовано висновки і розроблено заходи економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу.

Ключові слова: Європейський союз, міжнародний бізнес, інновації, економічне середовище, технології, розвиток, ринок.

ANNOTATION

Mykhailo Volodymyrovych Bozhko. The specifics of economic activity in the markets of the European Union countries (based on the materials of the Chamber of Commerce and Industry of Ukraine, Kyiv). Final qualification 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 graduation thesis is devoted to topical issues of the study of the specifics of economic activity in the markets of the European Union. The theoretical and practical aspects of economic activity in foreign markets are analyzed. The role of the "Chamber of Commerce and Industry of Ukraine", Kyiv in international business is determined. Conclusions were formulated and measures of economic activity on the markets of the European Union countries were developed.

Key words: European Union, international business, innovation, economic environment, technology, development, market.

ЗМІСТ

3

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗДІЙСНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ.....	6
1.1. Сутність і специфіка економічної діяльності в міжнародному бізнесі.....	6
1.2. Індикатори результативності економічної діяльності на зовнішніх ринках.....	13
Висновки до розділу 1.....	18
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВЕДЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКАХ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....	19
2.1 Аналіз стану економічної діяльності українських суб'єктів на ринках ЄС.....	19
2.2 Роль ТПП в підвищенні результативності економічної діяльності вітчизняних підприємств на ринках країн ЄС.....	24
Висновки до розділу 2.....	31
ВИСНОВКИ.....	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	35

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних умовах глобалізації вихід компанії на зовнішні ринки є одним із елементів розвитку її бізнесу. Рішення про вихід на зовнішній ринок залежить від масштабу діяльності, завдань, які ставить перед собою компанія, наявності кваліфікованого персоналу, очікуваних логістичних витрат, обсягу продажів і характеру реалізованої продукції. Також в умовах війни в Україні, вихід підприємства на зовнішній ринок та здійснення економічної діяльності підприємства на зовнішніх ринках стає важливим напрямком, адже дозволяє диверсифікувати діяльність підприємств та зменшити загрози, що виникли в результаті військових дій в Україні.

Для успішного та ефективного проходження організаційного етапу діяльності підприємства на зовнішніх ринках в сучасних умовах вигідно розробити правильну та виважену стратегію інтернаціоналізації. Вихід на зовнішні ринки дає можливість розвивати імідж компанії, розширювати сферу діяльності, спрощувати доступ до інноваційних технологій і міжнародних проектів для розвитку підприємництва. У той же час вітчизняні підприємства також стикаються з значними проблемами при виході на зовнішні ринки, найважливішими з яких є відсутність новітніх технологій і невідповідність продукції підприємства міжнародним стандартам.

Ці проблеми особливо чутливі до підприємств з високою вартістю основних засобів, довгими виробничими циклами та низькою гнучкістю адаптації до нових ситуацій. Крім того, значна кількість підприємств характеризуються дефіцитом коштів, що посилюється в умовах війни в Україні.

У сучасних економічних умовах проблема збуту продукції на внутрішньому ринку також може негативно позначитися на фінансовому становищі бізнесу. Усе це спонукає підприємства розвивати нові види діяльності, розширювати асортимент продукції та знаходити нові ринки збуту, особливо зовнішні.

Вивчення умов функціонування та конкурентоспроможності компанії на світовому ринку формує вирішальну роль для її подальшої ефективної діяльності та підтримки стабільного рівня прибутку з року в рік навіть за наявності дестабілізуючих факторів, що суттєво впливають на діяльність компанії на міжнародному ринку. Комплексна характеристика потенціалу, аналіз та оцінка наявних конкурентних переваг щодо здійснення діяльності підприємства на зовнішньому ринку дає можливість розглянути розширення та подальше формування стратегії діяльності на глобальному ринку, а також визначити можливі напрямки підтримки діяльності суб'єктів господарювання зі сторони Торговельно-промислової палати.

Метою роботи є дослідження і розробка практичних аспектів ведення економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу.

Відповідно до мети було визначено наступні завдання дослідження:

- визначити сутність і специфіка економічної діяльності в міжнародному бізнесі;
- дослідити індикатори результативності економічної діяльності на зовнішніх ринках;
- здійснити аналіз стану економічної діяльності українських суб'єктів на ринках ЄС;
- визначити роль ТПП в підвищенні результативності економічної діяльності вітчизняних підприємств на ринках країн ЄС.

Об'єктом дослідження є економічна діяльність вітчизняних підприємств на ринках країн ЄС.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти оцінки результативності економічної діяльності на зовнішніх ринках.

Структура випускної кваліфікаційної роботи складається зі вступу, двох розділів, чотирьох підрозділів, висновків та пропозицій, з 2 таблиць, 7 рисунків, списку використаних джерел (32 найменування).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗДІЙСНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

1.1. Сутність і специфіка економічної діяльності в міжнародному бізнесі

Складовою міжнародного співробітництва є зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарювання різних країн, тобто. підприємств, що є центральною складовою економіки будь-якої держави. Успішне здійснення зовнішньоекономічної діяльності посилює інтеграцію країни у міжнародний ринок, що у свою чергу веде до підвищення рівня життя та розвитку суспільства та розширення сфери впливу економіки в цілому. Це зумовлює необхідність глибшого вивчення сутності зовнішньоекономічної діяльності, в основі якої лежать взаємовідносини суб'єктів господарювання України та зарубіжних країн, і здійснюється як у нашій країні, так і за її межами.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства, що здійснюється шляхом здійснення зовнішньоекономічних зв'язків, вважається невід'ємною сферою економічної діяльності, яка може позитивно позначитися на ефективності виробництва, його технічному рівні, якості продукції.

В основному діяльність на зовнішніх ринках розглядається як:

- об'єкт цілеспрямованого організаційно-економічного впливу держави з метою стимулювання підприємницької діяльності та встановлення стійких саморегульованих ринкових відносин та механізмів;
- процес прогресивних перетворень у структурі суспільного відтворення;
- джерело передових технологічних та організаційних ідей в галузі управління суспільно-виробничими системами [8].

Більш повне визначення поняття ЗЕД підприємства можна знайти у роботі Г. М. Дроздової, де ЗЕД розглядається як сукупність виробничо-

господарських, організаційно-економічних і оперативно-комерційних функцій підприємства, пов'язаних з його виходом на зовнішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях [16]. Недоліком такого визначення є лише надмірне узагальнення різновидів ведення ЗЕД та відсутність мети здійснення такої діяльності.

Поряд із цим В. В. Покровська розглядає зовнішньоекономічну діяльність як сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних та оперативно-комерційних функцій експортно-орієнтованих підприємств з урахуванням обраної економічної стратегії, форм та методів роботи на ринку іноземного партнера [16]. Суттєвим недоліком такого визначення, на наш погляд, є передусім підкреслення експортно-орієнтованих підприємств, що унеможливорює віднесення такого подання до інших підприємств, а відтак є неправильним.

У визначенні В. Ю. Горчакова знаходимо розкриття сутності ЗЕД з погляду корпоративного управління великої компанії [16]. Згідно з таким поданням ЗЕД великої компанії повинна розглядатися як система, що складається з чотирьох підсистем («Введення продукції на міжнародний ринок», «Збільшення збуту нової продукції», «Збереження конкурентної переваги», «Зниження обсягу продажів»), які виділено згідно з етапами життєвого циклу виробів. У зв'язку з цим ЗЕД великої компанії є диференційованою згідно з етапами життєвого циклу виробів.

На нашу думку, найбільш повним і чітким є визначення, яке пропонує В.О. Василенко, який визначає зовнішньоекономічну діяльність як частину його загальної діяльності, яка визначається як сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативно-комерційних функцій підприємства відповідно до зовнішньоекономічних зв'язків держави, пов'язаних з виходом підприємства на зовнішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях, напрямки, форми та методи якої узагальнюються відповідно до процесу виробництва згідно із цілями та задачами підприємства щодо його функціонування та розвитку [16].

Отже, діяльність підприємства на міжнародних ринках можна визначити, як процес, що виводить підприємство на зовнішній ринок шляхом здійснення зовнішньоекономічних зв'язків, тобто торгівлі, кооперації, послуг, спільних підприємств, участі у процесах інтеграції та глобалізації організацій та інші для досягнення ефективного використання переваг міжнародного поділу праці.

Для ефективного ведення діяльності підприємства на зовнішніх ринках необхідне запровадження певних організаційно-економічних механізмів зниження тієї нестабільності, яка є характерною для України сьогодні. Для розкриття організаційно-економічного аспекту дослідження використовуються різні форми, методи та засоби регулювання процесів на підприємстві, використання яких безпосередньо впливає на організаційно-економічну складову управління.

Характеризуючи економічну складову, слід виділити таке поняття, як економічний потенціал підприємства, який, по суті, має вирішальне значення для успішної організації зовнішньоекономічної діяльності. Організаційна частина, своєю чергою, означає організаційний механізм, який проявляється і впливає як у зовнішню, і на внутрішнє середовище. Зовнішнє представлене у доступі до інформації, даним, полегшує вибір партнерів та створює конкурентне середовище. До внутрішніх належать сукупність технологій, ресурсів, розрахунків, системи розподілу, управління та маркетингу, а також формування експортного потенціалу підприємства [14].

Ефективність запланованих зовнішньоторговельних операцій набуває особливого значення при встановленні оптимальної структури експорту підприємства та прийнятті ґрунтовних рішень у сфері управління ЗЕД підприємства.

Існує безліч різних думок щодо класифікації показників, за допомогою яких можна визначити ефективність зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Найповніше сутність ЗЕД розкриває Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». ЗЕД - діяльність суб'єктів господарської

діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами (п.8 ст. 1).

Зовнішньоекономічна діяльність передбачає наступні види діяльності:



Рис. 1.1. Види діяльності підприємства на зовнішньому ринку [1]

Організаційна структура управління діяльністю на зовнішньому ринку визначається цілями і завданнями, які вона покликана вирішувати. Її метою є максимізація довгострокових прибутків шляхом ефективної участі в міжнародному підприємстві.

Організаційна структура управління діяльністю на зовнішньому ринку, а також внутрішнє управління повинні постійно розвиватися та вдосконалюватися для адаптації до змін у зовнішньому середовищі та сферах управління. Його форма і метод не можуть бути статичними[5].

В сучасних економічних умовах виділяється низка проблем управління економічною діяльністю підприємства на зовнішніх ринках, а саме:

- економічні, політичні та соціальні відмінності;
- різні культури, мови, стандарти, бізнес-традиції;

- різний ступінь відкритості економіки, різний рівень споживання продукції, різна інфраструктура збуту продукції, законодавчі відмінності;
- різні умови просування товару, валютні питання та ін.

Їх вирішення вимагає глобального планування з урахуванням культурних і торговельних звичаїв, інформаційної підтримки, вирішення проблем людей і підготовки до підвищення рівня ризику в ході бізнес-операцій..

Тому основною метою управління економічною діяльністю на зовнішніх ринках є дослідження сучасних тенденційних характеристик розвитку зовнішнього середовища, в якому функціонують підприємства, та створення на цій основі власних конкурентних переваг.

Концепція управління має бути спрямована на реалізацію стратегічної мети підприємства, а вся система управління економічною діяльністю на зовнішніх ринках має бути підпорядкована стратегічній меті.

Створення та функціонування системи управління економічною діяльністю на зовнішніх ринках потребує необхідних ресурсів та необхідних навичок для здійснення стратегічного планування діяльності підприємств на зовнішніх ринках, ефективної системи аналізу та інформаційного забезпечення управління діяльністю, кваліфікованого персоналу, здатного навчатися, отримувати нові знання та інновації. Таланти допомагають створювати конкурентні переваги для підприємств, що здійснюють свою діяльність на зовнішніх ринках.

Основною перешкодою для вітчизняних компаній на шляху виходу на глобальний рівень є те, що головна мета західних компаній, а саме вихід на нові ринки в конкурентних умовах, не розглядається більшістю вітчизняних менеджерів. Цю ситуацію можна змінити за допомогою ефективної системи управління економічною діяльністю на зовнішніх ринках.

Отже, основними принципами управління економічною діяльністю підприємств на зовнішніх ринках є:

- запобігти витратам ресурсів, пов'язаним з доступом до світових ринків;
- конкурентоспроможна продукція;
- здійснення формування для одержання вигоди для бізнесу та споживачів;
- створення та заходи підтримки позитивного іміджу компанії як надійного партнера.

Використовуючи ці принципи, можна буде розробити методи та прийоми реалізації ефективної стратегії управління, що сприятиме розвитку та розширенню сфери економічної діяльності українських суб'єктів господарювання на зовнішніх ринках.

Для доступу на закордонні ринки підприємство повинно пройти ряд етапів, кожен з яких має ряд своїх особливостей (рис. 1.2). На нашу думку, якщо враховувати всі етапи, то такий підхід швидше можна назвати стратегією виходу на зовнішні ринки, але саме такий шлях дозволяє підприємству утримувати конкурентоздатні позиції на міжнародних ринках протягом довгого періоду часу.



Рис. 1.2. Етапи виходу підприємства на зовнішні ринки [2]

У процесі проникнення на зовнішні ринки фірма повинна вибрати такі сегменти, в яких її база дає переваги і які отримали не достатній розвиток чи тільки зароджується в зарубіжних країнах. Увага місцевих фірм чи міжнародних конкурентів, які базуються в інших країнах, часто буде направлена на інші питання, тому вони будуть погано підготовлені до ведення боротьби.

Для аналізу стратегічних форм інтернаціоналізації розглянемо підходи до процесу виходу на зовнішній ринок. Так, І. Ситник та Н. Рагуліна [15, с. 39] виділяють такі підходи:

- стадійні, які передбачають, що підприємство пройдётиме через деякі етапи на шляху до виходу на зовнішній ринок;
- умовні, які описують, що підприємство має виконати перелік умов до початку виходу на зовнішній ринок;
- мережні, які передбачають встановлення ділових відносин за кордоном у межах мережевих структур.

Якщо бізнес вже має досвід роботи на зовнішньому ринку і близький до нього, то логічним буде стадійний підхід. Застосування умовного підходу доцільно, якщо підприємство є технологічно розвиненим, займається інноваційним розвитком, правильно використовує своє географічне розташування у сфері виробництва та може отримувати більший прибуток завдяки ефективним управлінським рішенням. Для успішного застосування мережевого методу компанія повинна мати досвід міжнародного ринку, високий ступінь розвитку у своїй галузі та високий ступінь розвитку зовнішньоекономічної діяльності у відповідній галузі.

Таким чином, якщо підприємство не має багатого досвіду функціонування на міжнародному ринку, йому слід застосувати умовний метод, а якщо такий досвід є, то стадійний. Мережевий підхід підходить для високорозвиненого бізнесу, який вже має досвід роботи на зовнішніх ринках.

1.2. Індикатори результативності економічної діяльності на зовнішніх ринках

Обов'язковою умовою прийняття рішення про провадження зовнішньоекономічної діяльності є її результативність, яка визначається шляхом порівняння досягнутих економічних результатів із понесеними підприємством витратами. В умовах інтернаціоналізації бізнесу та нестабільного економічного зростання успішний розвиток економічної діяльності підприємств на зовнішніх ринках залежить від вирішення завдань точної оцінки результативності такої діяльності та підвищення її ефективності.

Результативність – це комплексне поняття, яке охоплює всі сфери господарської діяльності підприємства. Результативність – стандартний показник, що характеризує потенціал і рівень досягнення цілей діяльності підприємства.

Отже, процес дослідження результативності економічної діяльності передбачає два напрями:



Рис. 1.3. Напрямки оцінки результативності економічної діяльності на зовнішніх ринках [5]

Основними завданнями аналізу економічної діяльності на зовнішніх ринках є:

- 1) оцінка рівня та якості виконання підприємством зобов'язань за договорами з іноземними партнерами;
- 2) характеристика динаміки (розвитку) зовнішньоекономічної діяльності підприємства (зазвичай за поточний та попередній роки);
- 3) оцінка раціональності використання коштів, залучених до виконання зобов'язань за договорами – це центральне, найскладніше завдання аналізу. Виконання зазначеного завдання передбачає послідовне чи паралельне вивчення оборотних засобів підприємства (переважно, у сфері зовнішньоекономічної діяльності), дослідження накладних витрат експорту та імпорту товарів, вивчення ефективності зовнішньоекономічної діяльності;
- 4) узагальнення попередніх результатів аналізу з допомогою рентабельності оборотних засобів, що дозволить з відповіддю: наскільки раціонально, тобто економно використовувалися оборотні кошти у процесі зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- 5) оцінка фінансових результатів зовнішньоекономічної діяльності підприємства;
- 6) характеристики фінансового стану, платоспроможності та рентабельності підприємства [7].

Одним із найважливіших факторів, що впливають на результативність зовнішньоекономічної діяльності компанії, є особливості та ступінь конкуренції на ринку приймаючої країни. Підприємства повинні постійно вивчати наявні та потенційні зовнішні ринки, щоб знайти та зайняти найбільш вигідні позиції.

Складність і багатоаспектність зовнішньоекономічної діяльності не дозволяє вибрати лише один показник ефективності з багатьох. Вибір критеріїв ефективності залежить від особливостей ринкової ситуації, цілей підприємства та наявності інформації про внутрішнє та зовнішнє середовище.

Тому необхідна комплексна оцінка зовнішньоекономічної діяльності, яка передбачає вибір оптимальних засобів виходу на зовнішні ринки.

В оцінках результативності діяльності підприємства на зовнішніх ринках розрізняють показники на рівні країни (зовнішньоторговельний оборот, охоплення імпортом-експортом, динаміка імпорту-експорту, товарна та географічна структура) та регіональні показники, тобто сальдо, експорт/імпорт на душу населення, сальдо, відношення регіонального доходу до показників діяльності на зовнішніх ринках, тощо.

У сучасній науковій літературі існують різні погляди на класифікацію показників, за якими можна визначити ефективність діяльності на зовнішніх ринках. Так, А. М. Вічевич і О. В. Максимець, і група авторів описують ефективність діяльності підприємства на зовнішніх ринках такими позначеннями, як показано на рисунку 1.4[11].

Класифікаційна ознака	<ul style="list-style-type: none"> • Назва показника та характеристика підходу
За видами діяльності підприємства на зовнішніх ринках	<ul style="list-style-type: none"> • Ефективність експорту, імпорту, реекспорту, реімпорту • Вигідність здійснення певного виду зовнішньоекономічної діяльності
За ступенем обсягу об'єкта дослідження	<ul style="list-style-type: none"> • інтегральна ефективність • ефективність зовнішньоекономічної діяльності загалом на підприємстві • локальна ефективність • ефективність комерційних відносин з окремими зовнішньоторговельними партнерами, ефективність зовнішньоекономічних угод
За методами оцінки	<ul style="list-style-type: none"> • абсолютна ефективність • ефективність зовнішньоекономічної діяльності, яка підтверджується всією сукупністю показників оцінки • відносна ефективність • ефективність зовнішньоекономічної діяльності, підтверджена вибраним рядом показників оцінки

Рис 1.4. Характеристика підходів визначення ефективності діяльності підприємства на зовнішніх ринках [11]

Показники економічної результативності поділяються на:

- 1) показники ефективності, визначені в абсолютних величинах і виражені в грошових одиницях як різниця між результатом діяльності та вартістю її реалізації;
- 2) показники ефективності, що визначаються як відношення прибутку від підприємницької діяльності до витрат на її здійснення та відтворюються у відносних величинах: відсотках, частках одиниць.

Алгоритм оцінки ефективності діяльності підприємства на зовнішньому ринку повинен складатися з трьох етапів.

1. Підготовчий етап. Сутність даного етапу полягає у визначенні мети оцінювання, формулювання завдань, організації збору та систематизації інформації.

2. Розрахунковий етап. Дослідження на даному етапі доцільно проводити за двома напрямками.

1. Аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища включає:

- оцінку ефективності діяльності підприємства на зовнішньому ринку (прибуток від реалізації, приріст обсягу збуту, збільшення частки ринку);
- аналіз конкурентоспроможності продукції (розрахунок індексу відносної експортної конкурентоспроможності);
- маркетингове дослідження ринків збуту;
- аналіз діяльності конкурентів;
- оцінка рівня і якості виконання підприємством зобов'язань по контрактах з іноземними партнерами, дослідження ефективності, переваг і недоліків укладання контрактів і договорів.

2. Аналіз показників ефективності діяльності:

2.1. аналіз динаміки основних результуючих показників (прибуток від діяльності на зовнішніх ринках тощо);

2.2. розрахунок прибутку від діяльності на зовнішніх ринках на одного працівника;

2.3. розрахунок рентабельності експорту;

2.4. розрахунок загальної ефективності експорту;

2.5. також з метою одержання додаткової інформації щодо ефективності діяльності підприємства на зовнішньому ринку на її вплив на господарську діяльність підприємства, доцільно розраховувати коефіцієнти фінансової стабільності, платоспроможності, маневреності, ліквідності.

3. Аналітичний етап. Метою даного етапу є:

- виявлення внутрішньогосподарських резервів підвищення ефективності діяльності підприємства на зовнішніх ринках;
- розробка заходів щодо залучення резервів у господарський обіг;
- контроль за реалізацією заходів.

Головна мета вищезазначеного алгоритму - підвищення ефективності діяльності суб'єкта господарювання і пошук резервів її зростання на зовнішніх ринках.

Отже, поняття «результативність діяльності підприємства на зовнішньому ринку» в економічній літературі зазвичай ототожнюється з ефективністю експортної діяльності підприємства. Цей підхід є загальним для визначення ефективності цієї діяльності на різних рівнях управління. Експортні можливості підприємства в першу чергу залежать від наявності конкурентоспроможної продукції на зовнішньому ринку. У зв'язку з цим компаніям вигідно проводити аналіз результативності своїх експортних операцій. Головною метою бізнесу на ринку є отримання максимального прибутку при мінімальних витратах, а цього результату можна досягти лише шляхом прийняття ефективних управлінських рішень. Економічно обґрунтувати рішення щодо управління економічними ресурсами фірми шляхом розрахунку різних показників економічної результативності здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Висновки до розділу 1

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1) діяльність підприємства на міжнародних ринках можна визначити, як процес, що виводить підприємство на зовнішній ринок шляхом здійснення зовнішньоекономічних зв'язків, тобто торгівлі, кооперації, послуг, спільних підприємств, участі у процесах інтеграції та глобалізації організацій та інші для досягнення ефективного використання переваг міжнародного поділу праці;

2) поняття «результативність діяльності підприємства на зовнішньому ринку» в економічній літературі зазвичай ототожнюється з ефективністю експортної діяльності підприємства. Цей підхід є загальним для визначення ефективності цієї діяльності на різних рівнях управління. Експортні можливості підприємства в першу чергу залежать від наявності конкурентоспроможної продукції на зовнішньому ринку. У зв'язку з цим компаніям вигідно проводити аналіз результативності своїх експортних операцій. Головною метою бізнесу на ринку є отримання максимального прибутку при мінімальних витратах, а цього результату можна досягти лише шляхом прийняття ефективних управлінських рішень. Економічно обґрунтувати рішення щодо управління економічними ресурсами фірми шляхом розрахунку різних показників економічної результативності здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

РОЗДІЛ 2

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВЕДЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКАХ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

2.1 Аналіз стану економічної діяльності українських суб'єктів на ринках ЄС

Із набуттям чинності Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС експорт товарів з України до ЄС-27 відновив зростання. Так, протягом 2017-2021 рр. експорт товарів з України до країн ЄС мав тенденцію до зростання із рівня в 17,053 млрд. дол. в 2017 році до рівня в 26,793 млрд. дол. за результатом 2021 року.

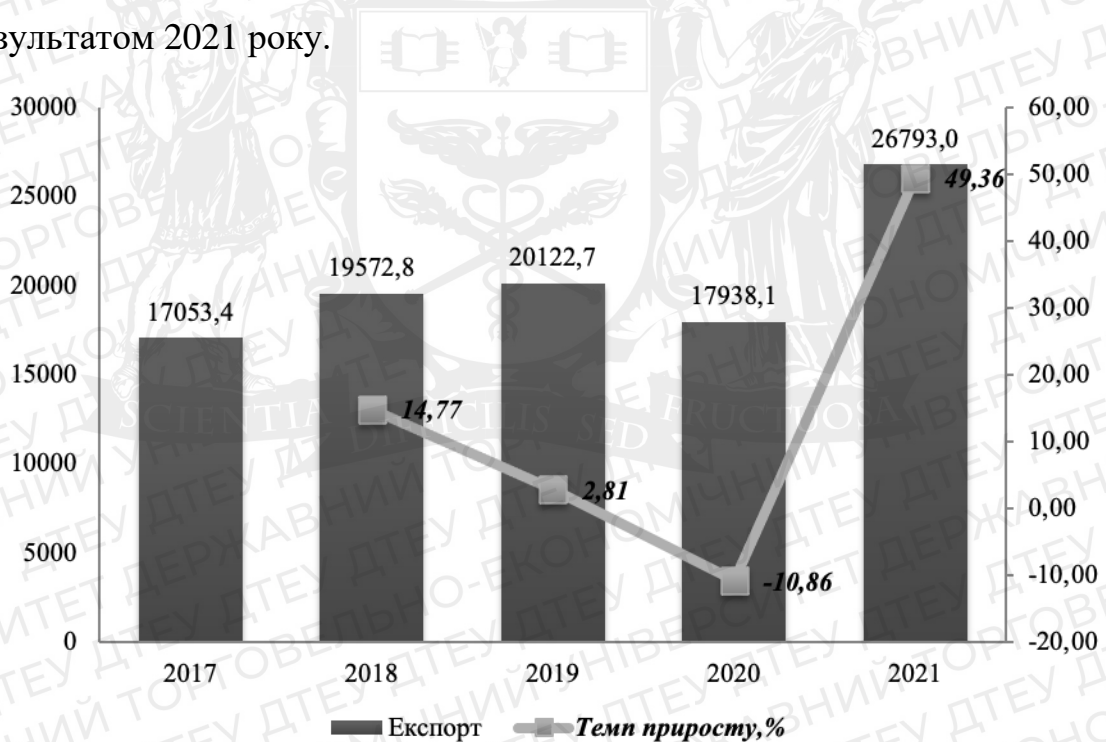


Рис. 2.1. Динаміка експорту товарів України до країн ЄС в 2017-2021 рр., млн. дол.[17]

Також доцільно зазначити, що протягом досліджуваного періоду найбільший обсяг експорту з України в країни ЄС надходив до Польщі, Німеччини, Нідерландів та Італії.

Динаміка експорту з України за країнами ЄС в 2017- 2021 рр., млн.

дол. [17]

	Експорт, млн. дол.					Темп приросту, %			
	2017	2018	2019	2020	2021	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Усього	17527,8	20157,0	20750,7	18604,9	26793,0	2,95	-10,34	44,01	52,86
у тому числі									
Австрія	535,0	553,2	598,3	580,0	915,2	8,16	-3,06	57,79	71,06
Бельгія	456,2	603,5	680,7	560,9	659,0	12,79	-17,60	17,49	44,47
Болгарія	430,0	513,9	482,2	511,5	835,3	-6,17	6,08	63,30	94,24
Велика Британія	480,1	584,2	274,2	178,8	0,0	-53,06	-34,79	0,0	0,0
Греція	196,8	279,9	254,7	216,9	212,8	-9,01	-14,84	-1,89	8,10
Данія	189,5	250,0	139,9	109,7	285,8	-44,05	-21,53	160,43	50,81
Естонія	133,0	152,1	153,2	94,4	168,6	0,77	-38,42	78,70	26,75
Ірландія	55,3	77,5	1500,8	1250,2	97,9	1836,31	-16,70	-92,17	77,05
Іспанія	1260,2	1369,9	2418,9	1928,9	1677,2	76,57	-20,26	-13,05	33,09
Італія	2468,3	2628,8	43,0	31,8	3469,3	-98,36	-26,07	10802,53	40,55
Кіпр	79,6	40,4	300,1	229,4	47,4	643,44	-23,55	-79,32	-40,41
Латвія	213,7	294,4	410,8	431,4	288,6	39,53	5,03	-33,11	35,06
Литва	374,1	342,7	20,2	17,4	576,9	-94,11	-13,66	3211,21	54,20
Люксембург	7,3	7,3	41,4	8,9	15,7	468,29	-78,63	77,86	115,75
Мальта	66,2	65,7	1848,4	1802,2	30,2	2714,18	-2,50	-98,32	-54,37
Нідерланди	1675,6	1603,5	2383,0	2071,7	2262,5	48,61	-13,06	9,21	35,03
Німеччина	1754,1	2208,4	3295,8	3272,7	2866,4	49,24	-0,70	-12,42	63,41
Польща	2723,5	3257,2	282,2	234,0	5227,4	-91,34	-17,08	2134,21	91,94
Португалія	264,2	247,0	1005,6	1081,0	341,2	307,05	7,49	-68,44	29,14
Румунія	841,7	932,6	709,6	446,8	1543,4	-23,91	-37,04	245,48	83,36
Словаччина	656,0	863,9	38,9	40,3	999,3	-95,49	3,43	2380,76	52,33
Словенія	29,2	33,3	628,1	666,9	75,5	1785,80	6,17	-88,67	158,73
Угорщина	1326,4	1646,0	1562,8	1263,8	1622,1	-5,06	-19,13	28,35	22,29
Фінляндія	78,8	80,6	46,2	54,5	110,8	-42,74	18,11	103,18	40,57
Франція	419,1	537,6	596,5	592,4	896,5	10,95	-0,69	51,33	113,93
Хорватія	24,2	35,0	37,2	29,6	45,7	6,25	-20,44	54,57	89,19
Чехія	715,0	878,0	920,9	826,3	1414,6	4,88	-10,28	71,20	97,84
Швеція	77,4	70,2	77,1	72,5	107,6	9,80	-5,90	48,30	38,98

Також в динаміці спостерігається збільшення обсягів імпорту товарів з України до ЄС із рівня в 20,000 млрд. дол. в 2017 році до 28,954 млрд. дол. в 2021 році.

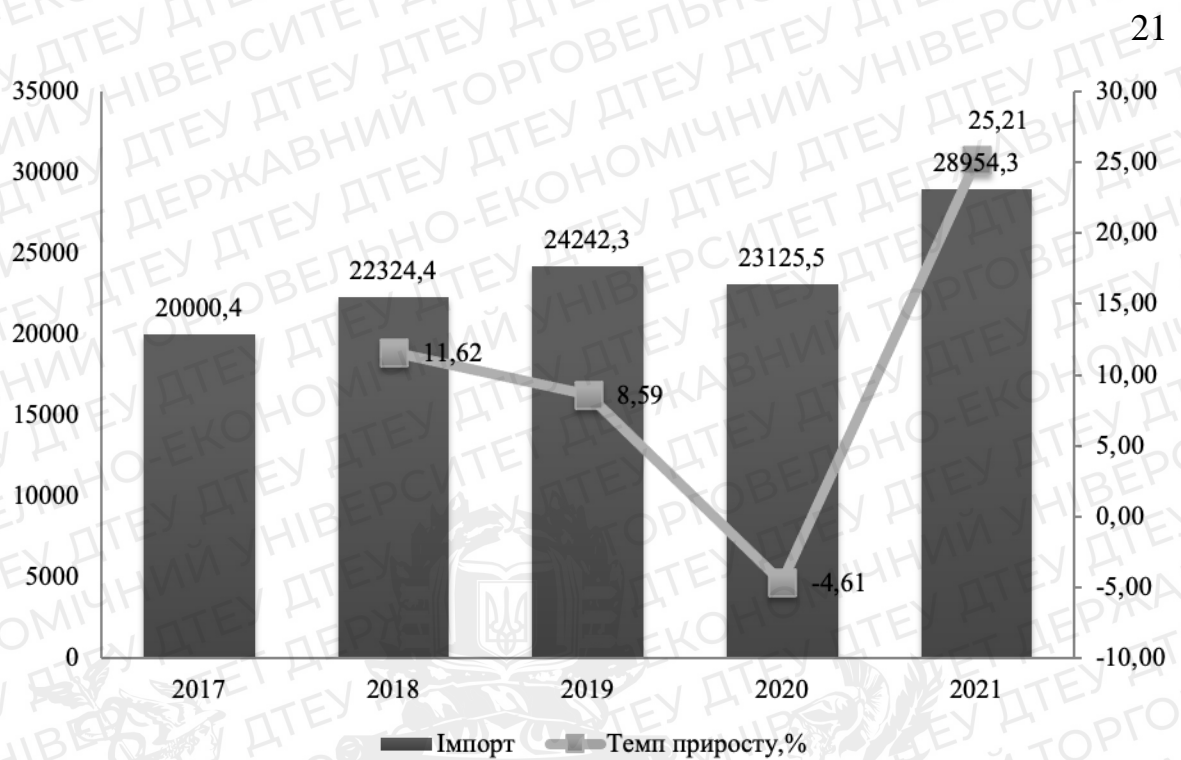


Рис. 2.2. Динаміка імпорту товарів України до країн ЄС в 2017-2021 рр., млн. дол. [17]

Серед країн, що здійснювали імпорт товарів до України найбільші обсяги надійшли з Італії, Німеччини, Польщі та Франції.

Таблиця 2.2
Динаміка імпорту з України за країнами ЄС в 2017- 2021 рр., млн. дол. [17]

	Імпорт, млн. дол.					Темп приросту, %			
	2017	2018	2019	2020	2021	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Усього	20803,3	23216,5	25012,2	23859,7	28954,3	7,73	-4,61	21,35	39,18
у тому числі									
Австрія	484,4	607,9	657,0	559,7	860,1	8,08	-14,80	53,66	77,56
Бельгія	523,0	553,8	549,5	526,4	752,3	-0,79	-4,20	42,92	43,85
Болгарія	189,9	259,4	459,3	289,9	542,3	77,06	-36,89	87,06	185,55
Велика Британія	798,7	892,1	311,6	317,0	0,0	-65,07	1,72	-100,00	-100,00
Греція	244,3	270,5	274,2	220,9	495,6	1,38	-19,43	124,35	102,86
Данія	195,3	275,6	144,4	177,6	305,3	-47,62	22,98	71,91	56,27
Естонія	83,5	95,8	169,6	209,3	169,8	77,02	23,44	-18,87	103,33
Ірландія	113,9	143,8	844,2	735,1	231,5	486,97	-12,92	-68,52	103,25
Іспанія	578,9	636,8	2074,8	2128,7	975,9	225,83	2,60	-54,16	68,58
Італія	1625,1	2033,0	23,2	19,0	2675,5	-98,86	-17,96	13977	64,63
Кіпр	20,5	22,8	166,5	159,0	38,0	629,92	-4,51	-76,07	85,31

Продовження таблиці 2.2

Латвія	144,3	152,1	1144,5	813,4	210,3	652,27	-28,93	-74,15	45,70
Литва	679,9	879,1	53,1	17,1	1290,9	-93,96	-67,78	7441,54	89,86
Люксембург	62,8	82,4	5,2	14,1	20,3	-93,67	169,27	44,32	-67,68
Мальта	8,7	6,6	765,1	750,8	116,0	11417	-1,86	-84,54	1232,94
Нідерланди	643,9	776,5	5986,9	5339,7	1012,6	671,02	-10,81	-81,04	57,27
Німеччина	5444,4	5983,3	4109,1	4140,9	6284,4	-31,32	0,77	51,76	15,43
Польща	3455,3	3641,9	74,8	68,2	4962,5	-97,95	-8,84	7177,3	43,62
Португалія	59,2	61,6	645,5	682,4	88,8	948,27	5,72	-86,99	49,92
Румунія	458,0	511,1	651,8	1143,4	796,4	27,53	75,42	-30,35	73,90
Словаччина	508,6	525,9	245,0	253,4	923,2	-53,40	3,43	264,27	81,53
Словенія	173,8	190,5	769,9	734,2	287,8	304,13	-4,63	-60,80	65,57
Угорщина	1152,0	1260,2	1251,1	1399,5	1571,0	-0,73	11,86	12,25	36,38
Фінляндія	253,3	326,2	275,3	249,2	306,1	-15,61	-9,46	22,81	20,85
Франція	1563,4	1480,6	1652,7	1467,7	1764,9	11,62	-11,19	20,25	12,89
Хорватія	31,2	46,5	52,5	52,8	67,4	13,03	0,65	27,50	116,27
Чехія	869,6	1034,8	1165,5	961,7	1480,8	12,63	-17,49	53,97	70,29
Швеція	433,4	465,5	489,0	428,1	724,6	5,06	-12,46	69,27	67,20

Українська економіка зазнала найбільших втрат за всю історію незалежності у 2022 році через війну росії проти України. Внутрішній валовий продукт (ВВП) і товарообіг впали майже на третину. Водночас зріс експорт до ЄС. Цьому посприяла лібералізація торгівлі з країнами ЄС – у червні 2022 року ЄС скасував антидемпінгові мита та тарифні квоти на українські товари. Це один рік тимчасового заходу. Багато компаній використали вікно можливостей: одні розширили свій експорт, інші вперше відкрили для себе європейський ринок.

Агропромхолдинг «Астарта» належить до тих українських компаній, які користуються перевагами спрощення торгівлі та значно розширюють експорт своєї продукції до ЄС. Ще до тимчасової лібералізації ринку ЄС продукція експортувалася до країн ЄС, особливо цукор. Але потім була введена квота, за якою Україна могла експортувати до країн ЄС не більше 21 тис. тонн цукру на рік. Наразі лише з липня 2022 року до початку лютого 2023 року Україна експортувала 180 тис. тонн цукру.

Ще одна українська компанія – «ТД Біола», яка виробляє соки та безалкогольні напої, до початку повномасштабної російської агресії серйозно не розглядала європейський ринок. Насправді компанія не могла конкурувати

з місцевими виробниками через тарифи та додаткові витрати на логістику.. «ТД Біола» переважно експортує продукцію до Білорусі. Але після 24 лютого компанія повністю припинила будь-яку співпрацю. Лібералізація торгівлі з ЄС допомогла «ТД Біола» отримати доступ до ринків Польщі та Великобританії, і зараз компанія веде переговори про експорт до Словаччини, Естонії та Литви.

"Астарта" і "ТД Біола" - не єдині українські компанії, які виграють від тимчасової лібералізації торгівлі з ЄС. Якщо у 2021 році до країн ЄС експортували понад 14 тисяч компаній, то до 2022 року їх кількість перевищить 17 тисяч. В 2022 р. український експорт до країн ЄС зріс на 4% до майже 28 млрд. дол.. За офіційними українськими даними, на європейський ринок найчастіше експортується продукція агропромислового комплексу (АПК) і харчової промисловості, металургійного комплексу та мінеральні продукти (газ, нафта і нафтопродукти). По-перше, українська продукція продається до Польщі, Румунії, Угорщини, Німеччини, Італії та Іспанії.

У результаті ЄС, на який припадає 63% українського експорту, залишається найбільшим торговим партнером України, особливо на тлі загального різкого падіння українського експорту під час війни: у 2022 році Україна експортує товарів на понад 44 млрд. дол., що на 35% менше, ніж у 2021 році.

Отже, лібералізація торгівлі з ЄС справді позитивно вплинула на українську економіку, пом'якшивши загальне падіння експорту. Загалом експорт все ще скорочується через війну, але якби не лібералізація, падіння було б набагато більшим. А для України зовнішня торгівля є дуже важливим джерелом валютних надходжень. Це дає змогу підтримувати обмінний курс і забезпечувати надходження до бюджету.

2.2 Роль ТПП в підвищенні результативності економічної діяльності вітчизняних підприємств на ринках країн ЄС

Основні проблеми економічної діяльності, які відзначають вітчизняні підприємства при здійсненні економічної діяльності на ринках ЄС є:

- втрата деяких внутрішніх і зовнішніх ринків збуту;
- брак кваліфікованих кадрів, мобілізація чоловіків, виїзд жінок за кордон тощо;
- логістичні питання, оскільки більшість логістичних шляхів до війни проходили через територію росії та білорусі;
- низька місткість митних пунктів;
- здорожчання транспортних послуг, суттєво збільшені терміни доставки, завантаженість портів, втрата конкурентоспроможності через надзвичайно високу транспортну складову, багато проблем із залізничним транспортом;
- відмова іноземних партнерів від співпраці через небезпеку та ризики невиконання контрактів через війну;
- країни коригують обмінні курси через курсову різницю. Компанії-експортери багато втрачають при здійсненні валютних операцій;
- збільшення витрат грошей і часу, пов'язаних з усіма процедурами митного оформлення та доставки продукції через повітряну тривогу, перебої в електропостачанні;
- через закриття портів, митних пунктів пропуску, валютні обмеження грошові операції не можуть бути завершені вчасно та накладаються штрафи;
- додаткові перевірки банків щодо кінцевих бенефіціарів, щоб переконатися у відсутності зв'язку з росією та законодавством про санкції.

Варто зазначити, що у жовтні 2022 року більшість підприємств, що здійснювали економічну діяльність за зарубіжних ринках стверджували, що, незважаючи на вищезазначені проблеми, підприємства поступово адаптувалися до нової ситуації та вдосконалювали свої експортні процеси.

У регуляторів в Україні також існує низка проблем. Періодично виникали проблеми з фіто-санітарним контролем, скарги на повільність митниці в Республіці Польща.

Системні проблеми та недоліки у здійсненні митних процедур на фоні інших проблем, були більш суб'єктивного характеру. Наприклад: стояти в чергах на блокпостах, витратити багато часу на прийняття рішень. Якість спілкування між митниками та бізнесом була задовільною. Проте інколи не вистачає персоналу на митниці.

Основними напрямками, які нададуть можливість вирішувати питання митниці шляхом є:

- максимально оцифрувати послуги, що надаються митницею, зводячи до мінімуму людський фактор;
- прив'язка електронних черг до конкретних ВМД (не лише шляхом видачі електронних талонів) для уникнення зловживань;
- спільний контроль на митних пунктах пропуску між Україною та країнами ЄС;
- вступ до Європейського Союзу;
- здійснення проходження через додаткові треки на контрольно-пропускних пунктах;
- збільшити відповідальність митників, митниця повинна надавати послуги, а не фіскальні функції.

Торгово-промислова палата України (ТПП України) є недержавною неприбутковою автономною організацією, спільно зареєстрованою на громадських засадах як українські юридичні особи підприємців і громадян та їх об'єднань.

Мета ТПП України – створити розвинене та конкурентоспроможне українське підприємство на світовому ринку.

2 грудня 1997 р. був прийнятий Закон «Про Торгово-промислову палату України», який ознаменував розвиток самостійного торгово-промислового руху України. За роки роботи система Торгово-промислової

палати довела свою ефективність у підтримці бізнесу. До регіональної структури торгово-промислової палати входять Центральна торгово-промислова палата України та 25 регіональних торгово-промислових палат. Сьогодні система Палат об'єднує близько 8 тис. членів. Щодня понад 1000 представників бізнесу з усіх куточків країни отримують професійні консультації та допомогу експертів палати в різних сферах.



Рис. 2.3. Цінності Торгово-промислової палати України

На сьогодні система Торгово-промислової палати України створює в Україні сприятливе бізнес-середовище, розвиваючи нові внутрішні експортні ринки, сприяючи динамічній інтернаціоналізації та активній інтеграції українського бізнесу у світову економіку, створюючи та розширюючи

можливості для розвитку бізнесу, удосконалюючи систему в процес діалогу між компаніями та державним середовищем для надання послуг, необхідних бізнесу.

Торгово-промислова палата України є найбільшою незалежною членсько-експертною організацією регіональних відділень з високим рівнем корпоративної культури, шанованою в Україні та світі, що об'єднує висококваліфікованих працівників та експертів, які із задоволенням співпрацюють для досягнення поставленої місії.

Торгово-промислова палата України має право видавати сертифікати походження товарів і книжки АТА, що засвідчують випадки форс-мажорних обставин, а також торгові та портові митниці, створені в Україні. Торгово-промислова палата України базується на базі міжнародних комерційних арбітражних судів, таких як Міжнародний комерційний арбітражний інститут, Морська арбітражна комісія, Третейський трибунал.

Підкомітет підприємців діє при Торгово-промисловій палаті, здійснює незалежний розгляд нормативно-правових актів, що регулюють господарську та зовнішньоекономічну діяльність, розглядає питання, пов'язані з правами та інтересами підприємців, вносить рекомендації щодо вдосконалення органам державної влади від імені членів Торгово-промислової палати.

Торгово-промислова палата України має 70 представництв у 56 країнах світу та підписала 174 угоди про міжнародне співробітництво з іноземними партнерськими організаціями. Торгово-промислова палата України виступає засновником і координатором 45 двосторонніх бізнес-комітетів.

Центр підтримки експорту ТПП є структурним підрозділом, діяльність якого спрямована на підтримку експортерів через систему ТПП України та забезпечує координацію роботи галузей регіональних торгово-промислових палат та центрів підтримки експорту.

Центр у своїй діяльності керується Конституцією України, законами України, постановами Верховної Ради України, Указами Президента України, іншими положеннями, наказами та розпорядженнями Президента

ТПП України. України, Рішеннями Верховної Ради, Ради та Президії ТПП України, Статутом ТПП України.

Основними напрямками подальшої діяльності Торгово-промислової палати України з метою підвищення результативності економічної діяльності вітчизняних підприємств на ринках країн ЄС повинні стати наступні заходи:

1. Сприяння зовнішній торгівлі. Українські компанії повинні отримати підтримку для свого закордонного бізнесу від Торгово-промислової палати України (ТПП). Закордонні торгові палати відіграють особливу роль у поєднанні цих трьох стовпів сприяння зовнішній торгівлі. Це пов'язано з тим, що компанії з України та країн, що приймають, добровільно об'єдналися в ТПП, щоб представляти свої інтереси та сприяти економічному обміну. Це трикомпонентне поєднання і це специфічна співпраця між бізнесом та урядом - те, що докорінно відрізняє ефективну систему сприяння зовнішній торгівлі від підходу, ухваленого в більшості інших країн. Це значною мірою звільняє ТПП від політичних обмежень і дозволяє повністю зосередитися на економічних інтересах своїх членів.

2. Організаційна структура та двосторонній підхід. У більшості країн палати є асоціаціями, заснованими та створеними відповідно до національного законодавства. Членами є як і вітчизняні компанії, так і компанії в країні, що приймає. Цей двосторонній підхід зміцнює палати в країнах, що їх приймають. Враховуючи той факт, що оскільки вони також представляють місцеві компанії, особи, які приймають рішення, та засоби масової інформації не сприймають ТПП як заходи, лише для просування вітчизняних компаній. Однак не в кожній країні можна створити двосторонні торгові палати за кордоном. Там, де це неможливо юридично, чи кількість українських компаній, що працюють у країні, ще не підтримує ТПП, представництва чи делеговані офіси повинні представляти інтереси вітчизняного бізнесу.

3. Спектр послуг. Незалежно від того, чи потрібна компаніям інформація про попит на їх продукцію в країні чи допомогу в навчанні

співробітників на місцевих виробничих підприємствах, ТПП повинні підтримувати компанії своїми послугами на всіх етапах та у всіх формах закордонної комерційної діяльності. Вони повинні:

- здійснювати дослідження ринку;
- шукати ділових партнерів;
- консультувати та супроводжувати новачків протягом усього процесу відкриття філії в приймаючій країні;
- надавати консультації з питань трудового, корпоративного та податкового права.

ТПП повинні представляти компанії на торгових ярмарках за кордоном та допомагають їм стягнути ПДВ із місцевої влади або стягнути непогашену дебіторську заборгованість із клієнтів. Вони також повинні бути задіяні для залагодження конфліктів між компаніями за допомогою навчених бізнес-посередників.

4. Представництво інтересів. На додаток до своїх послуг як відкривачі дверей на нові ринки, ТПП також повинні підтримувати своїх членів як платформи, за допомогою яких вітчизняні та іноземні компанії можуть об'єднувати та представляти свої інтереси та проблеми в галузі економічної політики особам, які приймають політичні рішення, та владі країни, що приймає. Як, наприклад, у Центральній та Східній Європі, це відбувається у постійних дискусійних групах за участю політичних діячів та осіб, які приймають рішення, а також через роботу з пресою.

5. Експортні кредитні гарантії та страхування. Державні експортні кредитні гарантії повинні надаватися всім вітчизняним експортерам, а також банкам, які фінансують цей експорт. Їх можна використовувати для страхування від невиконання вимог щодо погашення з економічних та політичних причин, при цьому компанія-експортер сплачує надбавку, пропорційну ризику. Не включають фінансування, тобто, грошові гранти чи субсидії.

Експортні кредитні гарантії доповнюють продукти, які надаються приватними кредитними страховиками. До них насамперед звертаються у тих випадках, коли приватний сектор не пропонує жодного (адекватного) страхового покриття. До них особливо відноситься експорт товарів і послуг у країни з ринком, що формується, і країни, що розвиваються. Гарантії експортних кредитів особливо допомагають МСП виходити на важкодоступні ринки і продовжувати вести бізнес навіть у важкі часи.

6. Інвестиційні гарантії. На запит уряд надає гарантії для інвестицій вітчизняним компаніям у країни, що розвиваються, і країни з перехідною економікою, а також у колишні країни з перехідною економікою, щоб застрахувати їх від політичних ризиків. Інвестиції повинні мати право на отримання допомоги та користуватися адекватним правовим захистом. Комерційні ризики не покриваються.

7. Гарантії за непов'язаними фінансовими кредитами. Гарантії незв'язаних фінансових позик становлять невід'ємну частину сировинної стратегії уряду. Вони забезпечують покриття кредитів від фінансових установ, що базуються в Україні (і, за певних умов, також від іноземних банків) для сировинних проектів, захищаючи від ризику невиконання зобов'язань щодо погашення з комерційних чи політичних причин. Тим самим вони роблять важливий внесок у забезпечення сировиною, якої вона потребує. Необумовлені фінансові кредити не прив'язані до поставок чи послуг, а скоріше ґрунтуються на проектах.

Таким чином, Торгово-промислова палата України (ТПП України) є недержавною неприбутковою автономною організацією, спільно зареєстрованою на громадських засадах як українські юридичні особи підприємців і громадян та їх об'єднань. Мета ТПП України – створити розвинене та конкурентоспроможне українське підприємство на світовому ринку. Основними напрямками подальшої діяльності Торгово-промислової палати України з метою підвищенні результативності економічної діяльності вітчизняних підприємств на ринках країн ЄС повинні стати наступні заходи:

сприяння зовнішній торгівлі, організаційна структура та двосторонній підхід, розширення спектру послуг, представництво інтересів, експортні кредитні гарантії та страхування, інвестиційні гарантії, гарантії за непов'язаними фінансовими кредитами.

Висновки до розділу 2

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1. Протягом 2017-2021 рр. експорт товарів з України до країн ЄС мав тенденцію до зростання із рівня в 17,053 млрд. дол. в 2017 році до рівня в 26,793 млрд. дол. за результатом 2021 року. Протягом досліджуваного періоду найбільший обсяг експорту з України в країни ЄС надходив до Польщі, Німеччини, Нідерландів та Італії. В динаміці спостерігається збільшення обсягів імпорту товарів з України до ЄС із рівня в 20,000 млрд. дол. в 2017 році до 28,954 млрд. дол. в 2021 році. Лібералізація торгівлі з ЄС справді позитивно вплинула на українську економіку, пом'якшивши загальне падіння експорту. Загалом експорт все ще скорочується через війну, але якби не лібералізація, падіння було б набагато більшим. А для України зовнішня торгівля є дуже важливим джерелом валютних надходжень. Це дає змогу підтримувати обмінний курс і забезпечувати надходження до бюджету.

2. Торгово-промислова палата України (ТПП України) є недержавною неприбутковою автономною організацією, спільно зареєстрованою на громадських засадах як українські юридичні особи підприємців і громадян та їх об'єднань. Мета ТПП України – створити розвинене та конкурентоспроможне українське підприємство на світовому ринку. Основними напрямками подальшої діяльності Торгово-промислової палати України з метою підвищенні результативності економічної діяльності вітчизняних підприємств на ринках країн ЄС повинні стати наступні заходи:

сприяння зовнішній торгівлі, організаційна структура та двосторонній підхід, розширення спектру послуг, представництво інтересів, експортні кредитні гарантії та страхування, інвестиційні гарантії, гарантії за непов'язаними фінансовими кредитами.



ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження і розробки практичних аспектів ведення економічної діяльності на ринках країн Європейського Союзу можемо зробити наступні висновки.

Встановлено, що діяльність підприємств на міжнародному ринку можна визначити як процес виведення підприємств на зовнішні ринки шляхом здійснення зовнішньоекономічних відносин, тобто торгівлі, кооперації, послуг, спільних підприємств, процесів інтеграції та глобалізації організацій-учасниць тощо, з метою ефективно використовувати переваги міжнародного поділу праці.

Досліджено, що поняття «ефективність діяльності фірми на зовнішніх ринках» в економічній літературі зазвичай ототожнюють з ефективністю експортної діяльності фірми. Цей підхід часто використовується для визначення ефективності цієї діяльності на різних рівнях управління. Експортна здатність підприємства в основному залежить від того, чи зможе підприємство надати конкурентоспроможну продукцію на зовнішніх ринках. У зв'язку з цим підприємствам вигідно аналізувати ефективність своїх експортних операцій. Основною метою підприємства на зовнішньому ринку є отримання максимального прибутку при мінімальних витратах, а цього результату можна досягти лише шляхом прийняття ефективних управлінських рішень. Економічно обґрунтувати рішення щодо управління господарськими ресурсами підприємства шляхом розрахунку різноманітних показників економічної ефективності економічної діяльності підприємства на зовнішніх ринках.

Проаналізовано, що у 2017-2021 роках експорт товарів України до країн ЄС продемонстрував тенденцію до зростання з рівня 17,053 млрд дол. США. У 2017 році він досяг рівня 26,793 млрд дол. США за результатами 2021 року. У досліджуваний період найбільше експорту України до країн ЄС було до Польщі, Німеччини, Нідерландів та Італії. У динаміці імпорту товарів

з України до ЄС зріс з рівня 200 тис. дол. у 2017 році він становив 28,954 млрд. дол. за результатом 2021 р.. Лібералізація торгівлі з ЄС справді позитивно вплинула на українську економіку, пом'якшивши загальне падіння експорту. Загалом через війну експорт все ще скорочується, але впаав би ще більше, якби не лібералізація. Для України зовнішня торгівля є дуже важливим джерелом валютних надходжень, яке може підтримувати валютний курс і забезпечувати надходження до бюджету.

Досліджено, що Торгово-промислова палата України (ТПП України) є недержавною неприбутковою автономною організацією, спільно зареєстрованою як юридична особа українських підприємців та громадян та їх об'єднань. Мета Торгово-промислової палати України – створення розвиненого та конкурентоспроможного українського підприємства на світовому ринку. З метою підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств на ринку країн ЄС основними напрямками подальшої діяльності ТПП України мають стати такі заходи: сприяння зовнішньоторговельній діяльності, покращення організаційної структури та методів двосторонньої торгівлі, розширення обсягу послуг, представництво інтересів, експортні кредитні гарантії та страхування, інвестиційні гарантії, гарантії за непов'язаними фінансовими кредитами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Babiy I.V. (2018) Strategic management of foreign economic activity enterprises: theory, methods, practice: monograph. Khmelnytsky: LLC "Polygraphist-3". 343 p.
2. Broyaka A.A. Prospects for the development of foreign economic activity of the enterprises of agrarian and industrial complex. Economy, finances, management: Topical issues of science and practical activity. Vol. 1 (51). pp. 146-159.
3. Customs statistics of foreign trade in goods. State Fiscal Service of Ukraine. Official website. URL: http://sfs.gov.ua/mytna_statystyka/expressdovidky/
4. Exports of grains, veg oils and oilseed byproducts from the Ukrainian seaports: results of 2018. APK Inform. URL: <https://www.apkinform.com/en/exclusive/topic/1106894>
5. Grushchinska N.M. (2013) International specialization of the national economy in terms of global competition: [monograph] Kyiv: Bereza, 459 p.
6. Legostaeva O.O., Kondratenko N.D. (2020) The tendency of development of foreign economic activity of the enterprises of Ukraine. Scientific View: Economics and Management. Vol. №2 (68). pp. 28- 32.
7. Nabok I. I., Khomutovska D. P. (2014) Sales marketing strategies in the activities of Ukrainian companies and recommendations for improving their effectiveness of foreign activities. Efektyvna ekonomika. Vol 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3454>
8. Priamukhina N.V. (2014) Export-import policy of the state as a description of its financial space. Young Scientist. Vol. 7 (10). pp. 71-75.
9. Salkova I. Yu., Storozhuk O.L. (2016) Analysis of export of agricultural products. Global and National Problems of Economy. Vol. 9. pp. 184-187.
10. Salkova I. U. (2013) Export potential of agribusiness. Herald of Khmelnytskyi national university. Vol. 3 (2). pp. 312-315.

11. Skoropad I.S., Gerasimenko S.I. (2013) Effectiveness of marketing measures in the system of foreign trade relations. Bulletin of Lviv Polytechnic National University. №469. pp. 498-502.
12. State Statistics Service of Ukraine. Official website. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
13. The Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=ukUA&id=e3c3c882-4b68-4f23-8e25-388526eb71c3&tag=TendentsiiEksportuInfografikaeksport>
14. Tsybulenko MO, Dunska AR. (2016) Organizational and economic aspects of implementation of external relations in Ukraine enterprises during crisis. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/viewFile/73394/68771>
15. Ситнік І., Рагуліна Н. Теоретико-методичні основи управління процесом інтернаціоналізації бізнесу. Менеджер ДонДУУ. 2014. № 1. С. 38–42.
16. Гордополов В. Ю. Сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності резидентів України. Ефективна економіка № 11, 2016 URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5264>
17. Державна служба статистики URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
18. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2010. 120 с.
19. Ільчук, П.Г. Переваги інтернаціоналізації підприємств. Інноваційна економіка. Науково-виробничий журнал, 4'2014. с. 128 – 133
20. Конєв, Сергій. Критерії та основні способи виходу вітчизняних підприємств на міжнародний ринок за сучасних умов функціонування. Економічний аналіз, випуск 10, частина 3, 2012 с. 297 – 300.
21. Шкурупій, О.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства URL: http://pidruchniki.ws/15840720/ekonomika/zovnishnoekonomichna_diyalnist_pidpriyemstva_-_shkurupiy_ov.
22. Gerald Albaum, Edwin Duerr. International Marketing and Export Management. Pearson Education, 2008 Business & Economics 706 p.

23. Hitt, M. A., Li, D., & Xu, K. (2016). International strategy: From local to global and beyond. *Journal of World Business*, 51(1), 58-73.
24. Islam, M., & Fernandez, A. (3 de June de 2008). Internationalization Process of SMEs: Strategies and Methods (Master Thesis). Mälardalen University School of Sustainable Development of Society and Technology Västerås Sweden: Västerås, Sweden.
25. Laghzaoui, S. (2011). SMES' internationalization: An analysis with the concept of resources and competencies. *Journal of Innovation Economics & Management*, 1(7), 181-196.
26. Laufs, K., & Schwens, C. (2014). Foreign market entry mode choice of small and medium-sized enterprises: A systematic review and future research agenda. *International Business Review*, 23(6), 1109-1126.
27. Касич А.О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств. *Бізнес-Інформ*. 2014. № 11. С. 290–294.
28. Мазуров О.В. Маркетингова стратегія як засіб виходу підприємства АПК на зовнішній ринок URL: <http://econjournal.vsau.org/>.
29. Hitt, M. A., Li, D., & Xu, K. (2016). International strategy: From local to global and beyond. *Journal of World Business*, 51(1), 58-73.
30. Kärkkäinen, A. (2005). Selection of international market entry mode. Seminar in Business Strategy and International Business. Helsinki, Finland: Helsinki University of Technology.
31. Піддубняк М.А. Маркетингова стратегія виходу підприємств на зовнішній ринок URL: <http://www.confcontact.com/>.
32. Laufs, K., & Schwens, C. (2014). Foreign market entry mode choice of small and medium-sized enterprises: A systematic review and future research agenda. *International Business Review*, 23(6), 1109-1126.