

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

НА ТЕМУ:

**ЕКСПОРТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА-СУБ'ЄКТА
МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

(за матеріалами Торгово-промислової палати України, м.Київ)

Студенки 4 курсу, 16 групи,
спеціальності 292 «Міжнародні економічні
відносини» освітньої програми
«Міжнародний бізнес»

Женжери Марії Ігорівни

підпис студента

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Гринюк Наталія
Андріївна

підпис керівника

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
доцент

Лежетьокова Вікторія
Геннадіївна

підпис керівника

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права Кафедра світової економіки

Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»

ОП «Міжнародний бізнес»

Затверджую

Зав. кафедри _____

«__» _____ 20__ р

Завдання

на випускн кваліфікаційну роботу (проект) студентові

Женжери Марії Ігорівни

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

«Експортна стратегія підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу»(за матеріалами Торгово-промислової палати України, 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) визначити оптимальну експортну стратегію для підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу з метою збільшення ефективності його діяльності на зарубіжних ринках та забезпечення стабільного розвитку підприємства.

Об'єкт дослідження процес розробки експортної стратегії підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу.

Предмет дослідження механізм реалізації експортної стратегії підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу, що включає в себе комплекс дій та заходів, спрямованих на забезпечення ефективного виведення продукції на зовнішні ринки.

4. Перелік графічного матеріалу 5 рисунків та 1 таблиця.

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. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВОЇ ПАЛАТИ

1.1 Сутність та ключові характеристики експортної діяльності організації

1.2 Оцінка ефективності експортної стратегії Торгово-промислової палати

України

Висновки до першого розділу

РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВОЇ ПАЛАТИ УКРАЇНИ

2.1. Важелі розвитку стратегії Торгово-промислової палати України на міжнародному ринку

2.2 Пропозиції щодо розвитку експортної стратегії організації

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Висновки до другого розділу

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

7. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту)	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВКР	До 20.12.2022	
2	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	До 10.02.2023	17.02.2023
3	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	До 28.02.2023	03.03.2023
4	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	До 26.04.2023	24.04.2023
5	Подача готової ВКР на кафедру	До 23.05.2023	05.06.2023
6	Попередній захист ВКР	За графіком (30.05.2023 - 10.06.2023)	
7	Захист ВКР	За графіком (13.06.2023 - 24.06.2023)	

8. Дата видачі завдання « » 20 р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Гринюк Н.А

(підпис)

10. Керівник освітньої програми Лежєцькова В.І

(підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студент Женжера М.І.

(підпис)

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Випускна кваліфікаційна робота студентки Женжери М.І. виконана згідно затвердженого плану.

Під час виконання випускної кваліфікаційної роботи студентка Женжера М.І. показала певний рівень теоретичних знань з питань експортної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.

В цілому випускна кваліфікаційна робота студентки Женжери М.І. відповідає вимогам до робіт такого виду і може бути рекомендованою до захисту.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Гринюк Н.А

(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студентки

Женжери Марії Ігорівни

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник освітньої програми

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис, прізвище, ініціали)

« » 20 р.

АНОТАЦІЯ

Експортна стратегія підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу (за матеріалами Торгово-промислової палати України, м.Київ)

У першому розділі розглянуто сутність та ключові характеристики експортної діяльності організації, зокрема обсяги, географію ринків, види товарів та послуг, які експортує організація. Також проведена оцінка ефективності експортної стратегії організації.

У другому розділі розглянуто важелі розвитку стратегії організації на міжнародному ринку та наведено пропозиції щодо розвитку експортної стратегії. Розглянуто можливості партнерських відносин з іншими країнами та організаціями для посилення експортного потенціалу.

Отримані результати у вигляді пропозицій можуть бути реалізованими в діяльності Торгово-промислової палати.

Ключові слова: торгово-промислова палата, експортна діяльність, стратегія, експортна стратегія організації, міжнародний бізнес.

ABSTRACT

Export strategy of the enterprise-subject of international business (based on the materials of the Chamber of Commerce and Industry of Ukraine, Kyiv)

The first chapter examines the essence and key characteristics of the organization's export activities, including volumes, geography of markets, types of goods and services exported by the organization. An evaluation of the effectiveness of the organization's export strategy was also carried out.

The second chapter examines the levers of development of the organization's strategy on the international market and offers proposals for the development of the export strategy. Possibilities of partnership relations with other countries and organizations to strengthen export potential were considered.

The obtained results in the form of proposals can be implemented in the activities of the Chamber of Commerce and Industry.

Keywords: chamber of commerce, export activity, strategy, export strategy of the organization, international business.

ЗМІСТ

7

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВОЇ ПАЛАТИ.....	12
1.1 Сутність та ключові характеристики експортної діяльності організації.....	12
1.2 Оцінка ефективності експортної стратегії Торгово-промислової палати України.....	19
Висновки до першого розділу.....	27
РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВОЇ ПАЛАТИ УКРАЇНИ.....	28
2.1. Важелі розвитку стратегії Торгово-промислової палати України на міжнародному ринку.....	28
2.2 Пропозиції щодо розвитку експортної стратегії організації.....	35
Висновки до другого розділу.....	44
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47

ВСТУП

Актуальність теми Стрімке та неухильне зростання конкуренції на світовому ринку зумовило необхідність дослідження проблем ефективної діяльності підприємств в умовах мінливого зовнішнього середовища. У цьому складному процесі процес формування експортної стратегії займає особливе місце, а його поглиблення є необхідною умовою підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках. У сучасних умовах глобалізації економіки, експорт стає ключовим елементом розвитку підприємств. Експортна стратегія дозволяє підприємствам здійснювати ефективний вивіз своєї продукції на зарубіжні ринки, збільшувати обсяги виробництва, підвищувати конкурентоспроможність та отримувати додатковий прибуток. Отже, вивчення експортної стратегії є актуальним завданням для підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу.

Процес стратегічного планування експорту наразі вивчається різними дослідниками в країні, серед яких В.Г. Андрійчук, М.М. Алексєєв, Е.А. Афітова, С. Дуглас, М.В. Корж, Ю.В. Яковець, В.І. Власова, І.І. Губенко, Ю.В. Яковець .

Наприклад, В.Г. Андрійчук у своїх дослідженнях звертає увагу на важливість розробки стратегії експорту на основі аналізу ринку та конкурентного середовища, а також визначення потенційних ризиків та шляхів їх мінімізації.

М.М. Алексєєв та Є.А. Афітова зосереджують увагу на визначенні місця та ролі експорту в загальній стратегії розвитку підприємства, а також на розробці ефективної системи управління експортними операціями.

С. Дуглас та М.В. Корж досліджують взаємозв'язок між стратегією експорту та міжнародною маркетинговою стратегією, а також на питання вибору оптимальної стратегії входження на зарубіжні ринки.

Ю.В. Яковець та В.І. Власова зосереджуються на вивченні експортного потенціалу підприємства, а також на оцінці ефективності експортних операцій та визначенні факторів, що впливають на цю ефективність.

І.І. Губенко досліджує процес планування експорту з точки зору забезпечення конкурентоспроможності підприємства на зарубіжних ринках, а також на питання вибору стратегії взаємодії з іноземними партнерами.

Метою дослідження є визначення оптимальної експортної стратегії для підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу з метою збільшення ефективності його діяльності на зарубіжних ринках та забезпечення стабільного розвитку підприємства.

Реалізацію поставленої мети можливо за виконання наступних **завдань**:

- вивчити теоретичні засади експортної стратегії та її роль у міжнародному бізнесі;
- дослідити практичний досвід застосування експортної стратегії торгово-промислової палати;
- проаналізувати фактори, що впливають на вибір експортної стратегії та її реалізацію;
- визначити основні переваги та недоліки різних видів експортної стратегії;
- розробити рекомендації щодо вибору та реалізації ефективної експортної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.
- провести аналіз ризиків та проблем, які можуть виникнути при реалізації експортної стратегії та запропонувати способи їх уникнення.
- дослідити можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу за допомогою ефективної експортної стратегії.

Кожне підприємство є унікальним за своєю природою, а тому процес формулювання стратегії є унікальним для кожного підприємства.

Тому що від цього залежить динамічність його розвитку та позиція підприємства на ринку та поведінки конкурентів, її потенціалу, стану економіки, особливостей самої компанії, її корпоративної філософії тощо.

Об'єкт дослідження : процес розробки експортної стратегії підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу.

Предмет дослідження: механізм реалізації експортної стратегії підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу, що включає в себе комплекс дій та заходів, спрямованих на забезпечення ефективного виведення продукції на зовнішні ринки.

Методи дослідження використано наступні методи:

При аналізі економічної діяльності та зовнішньоекономічної діяльності були використані: аналіз, синтез.



РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВОЇ ПАЛАТИ

1.1 Сутність та ключові характеристики експортної діяльності організації

Питання сучасного стану експортної діяльності організації є дуже актуальним, оскільки світова економіка стає все більш глобалізованою, і все більше організацій спрямовують свої зусилля на вхід на зарубіжні ринки. Крім того, в сучасних умовах, спричинених пандемією COVID-19, більшість організацій, особливо ті, які були залежні від внутрішнього ринку, шукають нові можливості на зарубіжних ринках, щоб зберегти свої бізнеси.

У багатьох країнах держава надає підтримку експортерам у вигляді фінансової підтримки, відшкодування витрат на дослідження нових ринків, знижки на податки тощо. Тому, для більшості компаній, експортна діяльність є одним з ключових напрямів розвитку та збільшення доходів.

Однак, в сучасних умовах, експортна діяльність також пов'язана зі значними ризиками, зокрема зміною валютних курсів, зміною законодавства та політичних режимів в країнах-партнерах, а також проблемами з транспортуванням товарів через різні обмеження [24, с.48].

Також варто зазначити, що сучасні технології дозволяють з легкістю вивчати зарубіжні ринки та знаходити партнерів для експортної діяльності, що стає ще більш актуальним у контексті швидкого розвитку електронної комерції та онлайн-бізнесу.

Згідно ст. 74 та 82 Митного кодексу України експорт (остаточне вивезення) - це митний режим, відповідно до якого українські товари випускаються для вільного обігу за межі митної території України без зобов'язання щодо їх повернення [26].

Експортна діяльність організації - це процес продажу товарів або послуг за межі країни, де базується організація. Основною метою експорту є збільшення обсягів продажу, розширення ринків збуту і підвищення конкурентоспроможності компанії [22].

Основні характеристики експортної діяльності організації (рис.1.1).

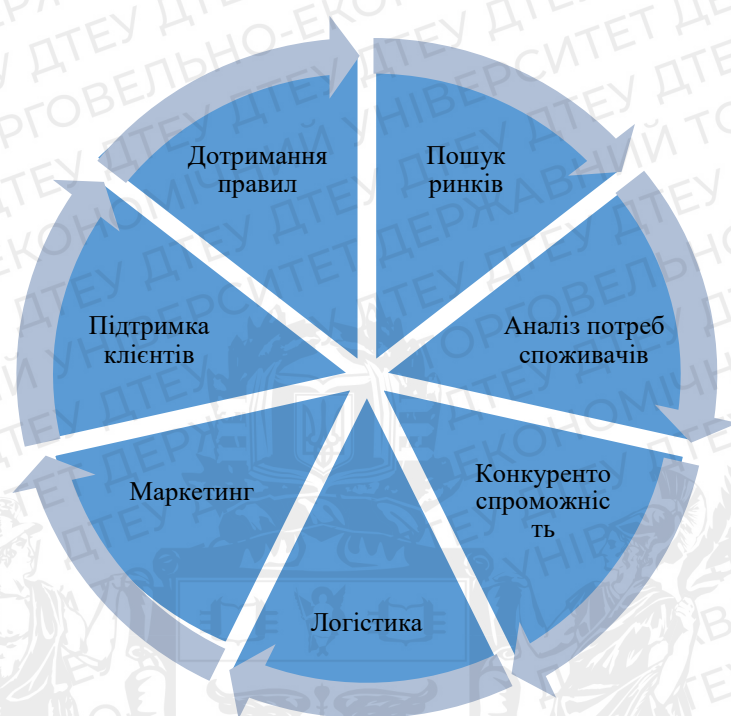


Рис.1.1. Характеристики експортної діяльності

Розглянемо детальніше кожен з характеристик:

- Пошук ринків: експортна діяльність передбачає активний пошук замовників на зарубіжних ринках і виявлення нових можливостей для збуту своїх товарів або послуг.
- Аналіз потреб споживачів: успіх експортної діяльності залежить від здатності організації задовольняти потреби зарубіжних споживачів. Тому необхідно ретельно вивчити особливості ринків, на які збирається вивозити товари.
- Конкурентоспроможність: конкурентоспроможність продукції або послуг є важливою умовою для експортної діяльності. Організації мають бути здатні конкурувати з іншими виробниками на зарубіжних ринках.
- Логістика: експортна діяльність передбачає організацію транспортування товарів, забезпечення їх безпеки та доставки до замовників.
- Маркетинг: ефективна реклама і маркетинг є необхідними умовами для здійснення експортної діяльності. Організації повинні ретельно вивчити

місцеві особливості культури та мову країн-партнерів, де вони збираються реалізовувати свої товари.

– Підтримка клієнтів: забезпечення якості товарів та послуг після їх продажу є однією з ключових характеристик експортної діяльності організації. Підтримка клієнтів на зарубіжних ринках, включаючи відповіді на запитання та пропозиції, може допомогти забезпечити повторні продажі та збереження клієнтів.

– Дотримання правил: експортна діяльність пов'язана з дотриманням різних правил і стандартів, включаючи технічні та митні правила. Організації повинні дотримуватися вимог країн-партнерів та відповідати їх стандартам.

– Ризики: експортна діяльність пов'язана з ризиками, такими як зміна валютних курсів, зміна законодавства та політичних режимів в країнах-партнерах, технічні проблеми з доставкою та транспортуванням товарів. Організації повинні бути готові до ризиків та мати плани їх управління [21].

Правовий зміст експортної діяльності організації полягає у дотриманні законів та правил, які регулюють міжнародну торгівлю. Це охоплює широкий спектр питань, таких як:

– Дотримання міжнародних правил торгівлі: Організації, які здійснюють експортну діяльність, повинні дотримуватися міжнародних правил торгівлі, таких як правила Всесвітньої організації торгівлі (ВТО), договори про вільну торгівлю та інші міжнародні угоди.

– Дотримання національних законів: Організації повинні дотримуватися законів та правил своєї країни, які регулюють експортну діяльність. Це може включати вимоги щодо ліцензування, сертифікації, митних процедур та інших аспектів експортної діяльності.

– Дотримання прав інтелектуальної власності: Організації повинні дотримуватися прав інтелектуальної власності на міжнародних ринках, таких як патенти, товарні знаки та авторські права [14, с.56].

– Захист прав споживачів: Організації повинні дотримуватися вимог щодо безпеки та якості продуктів на міжнародних ринках та забезпечувати захист прав споживачів у країнах-партнерах.

– Дотримання екологічних стандартів: Організації повинні дотримуватися екологічних стандартів та вимог на міжнародних ринках та забезпечувати захист довкілля у країнах-партнерах.

Загальний правовий зміст експортної діяльності організації також включає дотримання внутрішніх правил та процедур, пов'язаних з експортом. Організації повинні мати ясні політики щодо експорту, включаючи процедури контролю якості та безпеки продуктів, процедури логістики та митного оформлення [22].

Крім того, правовий зміст експортної діяльності включає відповідальність організації за дотримання правил та норм у міжнародній торгівлі. Невиконання вимог та правил може призвести до штрафів, судових позовів та втрати довіри споживачів та партнерів.

Крім того, експортні організації повинні дотримуватися етичних норм та стандартів, таких як боротьба з корупцією, дотримання прав працівників та інших соціальних вимог.

Таким чином, правовий зміст експортної діяльності організації є дуже важливим для забезпечення успішної та безпечної експортної діяльності, а також для забезпечення відповідальності та довіри споживачів та партнерів.

Існує безліч факторів, які можуть впливати на стан експортної діяльності організації. Деякі з найбільш важливих факторів наведені нижче (рис.1.2.).



Рис.1.2. Фактори які впливають на експортну діяльність

1) Специфіка ринку: Це можуть бути різні торгові бар'єри, такі як мита, квоти, ліцензії та інші регуляторні обмеження. Також до таких факторів можна віднести культурні, етичні та інші особливості країн-партнерів, які необхідно враховувати при плануванні та реалізації експортної діяльності.

2) Конкуренція: В залежності від виду продукції та країни-партнера, конкуренція може бути дуже високою або низькою. Організації повинні знати своїх конкурентів, їхні ціни, якість продукції та інші ключові фактори, щоб бути успішними на міжнародних ринках.

3) Технічні та технологічні фактори: Технічний рівень та технології виробництва продукції можуть вплинути на конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Організації повинні мати доступ до сучасних технологій, щоб випускати продукцію відповідної якості та за доступною ціною.

4) Міжнародні стандарти та регуляторні вимоги: Організації повинні дотримуватися міжнародних стандартів якості та безпеки продукції, а також відповідати регуляторним вимогам країн-партнерів. Це може вимагати додаткових витрат та зусиль, але це необхідно для забезпечення успішного експорту.

5) Економічна та політична стабільність: Економічні та політичні зміни в країнах-партнерах можуть суттєво впливати на стан експортної діяльності організації. Наприклад, зміна валютних курсів або зміни тарифів можуть позитивно або негативно впливати на експортний бізнес.

6) Фінансові фактори: Наявність фінансових ресурсів та доступ до фінансових інструментів таких як лінії кредитування, страхування ризиків та інші, можуть вплинути на здатність організації здійснювати експортну діяльність.

7) Кадрові фактори: Експортна діяльність потребує кваліфікованого персоналу, який володіє знаннями в області міжнародної торгівлі, мовами та культурними особливостями країн-партнерів.

8) Маркетинг та реклама: Ефективна стратегія маркетингу та реклами продукції є важливою складовою експортної діяльності, оскільки вона допомагає залучити нових клієнтів та розширити аудиторію.

9) Інноваційність та дослідження: Розвиток нових технологій та досліджень може стати фактором успіху на міжнародному ринку. Організації повинні регулярно оновлювати свою продукцію та процеси виробництва, щоб бути конкурентоспроможними.

10) Соціально-економічні та екологічні фактори: Соціально-економічні та екологічні вимоги на міжнародних ринках можуть впливати на експортну діяльність

11) Юридичні та регуляторні фактори: Законодавче та регуляторне середовище в країнах-партнерах може вплинути на експортну діяльність організації. Наприклад, регулювання експортних операцій, вимоги щодо сертифікації продукції та інші фактори можуть створювати перешкоди для експорту.

12) Геополітичні фактори: Політичні конфлікти, санкції та інші геополітичні фактори можуть впливати на можливість здійснення експортної діяльності. Наприклад, санкції проти країн-партнерів можуть обмежити можливості експорту, а конфлікти можуть створити серйозні ризики для безпеки та стабільності експортних операцій[10] .

Ці фактори є дуже важливими для експортної діяльності організації, оскільки вони впливають на її можливості здійснювати експорт та досягати успіху на міжнародних ринках. Організації повинні бути готовими до вирішення цих проблем, а також максимально використовувати можливості, які надає експортна діяльність.

Тому, щоб успішно працювати на зарубіжних ринках, організації повинні ретельно вивчати специфіку ринку та вимоги покупців, розробляти ефективні стратегії залучення клієнтів та підтримки клієнтських відносин.

Окрім того, сьогодні важливо бути конкурентоспроможним на зарубіжних ринках, що означає не лише виробництво якісних товарів, але й ефективну логістику, маркетинг та рекламу. Організації повинні також уважно слідкувати за змінами в законодавстві та політичній ситуації в країнах-партнерах, щоб уникнути ризиків та мінімізувати втрати.

У цілому, сучасний стан експортної діяльності організацій можна описати як багатогранний та залежний від багатьох факторів. З одного боку, експорт є важливим напрямком розвитку бізнесу та може допомогти збільшити прибуток організації. З іншого боку, експортна діяльність пов'язана зі значними ризиками та вимагає від організацій ретельної підготовки та вивчення специфіки зарубіжних ринків.

До того ж, у зв'язку зі зростанням конкуренції на міжнародних ринках та змінами в економічних умовах, організації мають постійно вдосконалювати свої експортні стратегії та методи роботи, використовувати нові технології та інструменти маркетингу, щоб забезпечити стабільність та успіх на зарубіжних ринках.

Загалом, актуальність питання сучасного стану експортної діяльності організацій полягає в тому, що експорт є важливим чинником розвитку

економіки, стимулює збільшення виробництва, створення нових робочих місць та збільшення прибутку компаній. Проте, щоб експортувати продукцію ефективно та безпечно, необхідно ретельно вивчати специфіку ринку, використовувати нові технології та маркетингові інструменти, дотримуватися міжнародних стандартів якості та безпеки продукції, а також уважно слідкувати за змінами в законодавстві та політичній ситуації в країнах-партнерах.

Отже, експортна діяльність організації є складним процесом, який вимагає ретельного аналізу ринків, конкурентоспроможності товарів та послуг, організації логістики та маркетингу, підтримки клієнтів та дотримання правил та ризиків. Успіх експортної діяльності може забезпечити підвищення конкурентоспроможності та зростання прибутків організації.

1.2 Оцінка ефективності експортної стратегії Торгово-промислової палати України

Якщо мова йде про оцінку ефективності експортної стратегії Торгово-промислової палати України, потрібно врахувати, що це не є конкретне підприємство-суб'єкт міжнародного бізнесу, але замість цього - організація, яка займається підтримкою та розвитком експорту в країні в цілому.

Торгово-промислова палата - це організація, яка зазвичай об'єднує підприємства, що займаються виробництвом та торгівлею. Основна мета такої палати - підтримка та розвиток бізнесу на місцевому та міжнародному рівнях. До головних завдань торгово-промислової палати можна віднести:

- 1) Надання підтримки підприємствам в розвитку та забезпеченні доступу на міжнародні ринки.
- 2) Проведення заходів зі збільшення обсягів експорту товарів та послуг.
- 3) Забезпечення інформаційної та консультаційної підтримки підприємствам щодо міжнародної торгівлі.
- 4) Сприяння укладанню договорів на міжнародному рівні.
- 5) Здійснення лобіювання інтересів підприємств перед органами державної влади та іншими організаціями.

Україна має декілька різних торгово-промислових палат, зокрема Торгово-промислова палата України, яка є найбільшою та найвпливовішою такою організацією в країні. Вона надає широкий спектр послуг, пов'язаних з підтримкою експорту та розвитком бізнесу.

Оцінка ефективності експортної стратегії Торгово-промислової палати України може бути проведена на основі декількох показників, таких як:

- Кількість підприємств, які отримали підтримку та консультації від Торгово-промислової палати України з питань експорту, та кількість з них, які успішно вивели свою продукцію на зовнішні ринки.
- Рівень задоволеності клієнтів Торгово-промислової палати України з наданих послуг з підтримки експорту.
- Рівень інтенсивності та результативності заходів, які організовує Торгово-промислова палата України для підтримки експорту, таких як виставки, місії, тренінги тощо.
- Ступінь участі Торгово-промислової палати України в розробці та реалізації державної політики щодо підтримки експорту.
- Рівень розвитку та популяризації експортних можливостей України в цілому за допомогою Торгово-промислової палати України.

Щоб провести більш детальну оцінку ефективності експортної стратегії Торгово-промислової Палати України, можна також розглянути динаміку змін цих показників протягом останніх років, що дозволить зробити висновки про тенденції розвитку організації в галузі підтримки експорту.

- Рівень доходів Торгово-промислової палати України від надання послуг з підтримки експорту та їх динаміка відносно попередніх років.
- Рівень витрат Торгово-промислової палати України на проведення заходів з підтримки експорту та їх ефективність відносно отриманих результатів.
- Рівень просування експортних можливостей України за кордоном завдяки зусиллям Торгово-промислової палати України.

– Рівень співпраці з іншими вітчизняними та іноземними організаціями, що займаються підтримкою експорту.

Оцінка ефективності експортної стратегії Торгово-промислової палати України може бути корисною для визначення тих аспектів, які потребують додаткової уваги та покращення, а також для підтримки та розвитку експорту в Україні в цілому. Оцінка може бути проведена як внутрішньою організацією, так і залученням зовнішніх експертів з відповідним досвідом.

Слід зазначити, що Торгово-промислова палата України є провідною бізнес-асоціацією в Україні, яка допомагає українським підприємствам розширювати свої експортні можливості та відкривати нові ринки збуту за кордоном.

Палата проводить різноманітні заходи, такі як бізнес-місії, які дозволяють українським компаніям зустрітися з іноземними партнерами та встановити контакти, а також надає інформаційну підтримку та консультації щодо міжнародної торгівлі. Крім того, Палата активно лобіює інтереси українських підприємств перед органами державної влади, що є важливим для забезпечення підтримки експортної діяльності.

Існує безліч факторів, які впливають на економічну ефективність експортних операцій Торгово-промислової палати України. Основні з них включають:

– Географічне положення України та її зв'язки зі світовим ринком. Це включає розміщення транспортної інфраструктури, доступність морських і річкових портів, зв'язок з транспортними мережами і торговими партнерами.

– Кон'юнктура світового ринку. Це включає тенденції попиту і пропозиції, коливання курсів валют, тарифні бар'єри і інші чинники, які можуть впливати на експортні операції

– Технічні характеристики продукції. Якість та технічні характеристики продукції можуть визначати її конкурентоспроможність на світовому ринку та відображати репутацію виробника.

- Цінова політика. Ціна продукції може визначати конкурентоспроможність на світовому ринку, а також відображати витрати на виробництво та перевезення продукції
- Економічна стабільність країни. Стабільність економічної та політичної ситуації може впливати на рівень інвестицій, стан валюти та інші фактори, які можуть впливати на експортні операції.
- Рівень конкуренції. Конкуренція на світовому ринку може впливати на ціну та обсяги продажу продукції.
- Податкова та митна політика країни. Податки та митні збори можуть впливати на експортні операції та конкурентоспроможності.
- Рівень розвитку інфраструктури та транспорту. Якість і доступність транспортної інфраструктури може впливати на швидкість та вартість перевезення товарів.
- Підтримка державних органів. Державна підтримка та допомога можуть збільшити експортні можливості підприємств та сприяти розвитку експортного сектору.
- Наявність та якість ресурсів. Наявність та якість ресурсів, таких як праця, сировина, енергія, може впливати на виробничі витрати та конкурентоспроможність продукції.
- Можливості фінансування. Доступність та вартість фінансування можуть впливати на рівень експортних операцій та конкурентоспроможність продукції.
- Рівень розвитку науково-технічного прогресу. Рівень науково-технічного прогресу може впливати на якість та інноваційність продукції, що збільшує її конкурентоспроможність.
- Міжнародні відносини та політика країни. Міжнародні відносини та політика країни можуть впливати на торговельні відносини з іншими країнами, тарифні бар'єри та інші чинники, які можуть впливати на експортні операції.

– Ці фактори не є вичерпним списком, але допоможуть зрозуміти, які чинники можуть впливати на економічну ефективність експортних операцій Торгово-промислової палати України [8].

На основі розгляду теоретичної методики дослідження експортної діяльності Торгово-промислової Палати України можна виділити наступні фактори, що визначають її ефективність:

Таблиця 1.1

Класифікація факторів впливу на економічну ефективність експортних та імпорتنих операцій підприємства [складено автором]

Назва фактора	Тип фактора	
	прямі	Не прямі
	Фактори зовнішнього середовища:	
<i>Макроекономічні</i>	• курсові впливи;	
<i>і</i>	• валютне кредитування	
<i>Регулятивні</i>	• оподаткування;	
<i>Ринкові</i>	• трансакційні витрати	
	• конкурентність ринку (галузевий чинник)	
	Фактори внутрішнього середовища:	
<i>Організаційні</i>		• ефект синергії
<i>Технологічні</i>		• ефект економії на процесах
<i>Компетентнісні</i>		• ефект масштабу
		• ефект навчання
		• ефект міжкультурної взаємодії
	Фактори стратегії:	

Стратегія фірми	<ul style="list-style-type: none"> • ступінь залученості; • диференціація ринків; • ефект кроскультурної взаємодії 	
----------------------------	---	--

Групи факторів наведені в табл. 1.1. відповідають найбільш поширеному і логічному поділу факторів на зовнішні фактори, тобто вплив ринкового середовища та його стимулів на діяльність, і внутрішні фактори, тобто вплив внутрішнього середовища. (організація).

Також було приділено увагу стратегічним факторам, які відображають реакцію менеджменту компанії на процес експортної діяльності. У цілому такий поділ відповідає так званій моделі BSR в теорії експортної діяльності компаній. Фактори також класифікуються за характером їх впливу на імпортно - експортну діяльність промислових підприємств.

Фактори внутрішнього та зовнішнього середовища це так звані ефекти на показники імпоротної та експортної діяльності промислових підприємств. Вони не мають прямого відношення до фінансових результатів окремих імпортно експортних операцій, але опосередковано впливають на фінансові результати, отримані для всього проекту.

Характер впливу окремих факторів на економічну ефективність та результативність експортної діяльності промислових підприємства їх оцінка може створити теоретико-методологічні труднощі та потребувати подальших детальних досліджень.

Торгово-промислова палата України (ТППУ) у м. Київ є однією з провідних бізнес-асоціацій України, яка об'єднує більше 3 000 підприємств різних галузей економіки. Основною метою діяльності ТППУ є підтримка підприємництва, сприяння розвитку та популяризація української економіки.

Діяльність Торгово-промислової палати України у м. Києві у 2020 році була спрямована на підтримку та захист інтересів бізнесу в умовах кризи,

спричиненої пандемією COVID-19. Основні напрямки діяльності Палати були наступні:

- Підтримка бізнесу в умовах пандемії: Торгово-промислова палата України активно сприяла підприємствам у запобіганні поширенню коронавірусної інфекції. Зокрема, було розроблено пакет заходів підтримки бізнесу, включаючи знижки на членство в Палаті, послуги юристів, консультування та навчання [11].
- Розвиток міжнародних зв'язків: Палата активно працювала над розвитком міжнародних зв'язків та приверненням інвестицій в Україну. Було проведено ряд віртуальних та офлайн заходів, які допомогли українським підприємцям знайти партнерів за кордоном та розширити експорт.
- Розвиток підприємництва в регіонах: Торгово-промислова палата України у м. Києві підтримувала підприємців з різних регіонів України, надаючи консультування з питань підприємницької діяльності та забезпечуючи доступ до необхідних інформаційних ресурсів.
- Підтримка сталого розвитку: Торгово-промислова палата України у м. Києві активно сприяла підприємствам у реалізації проектів, спрямованих на зменшення впливу бізнесу на довкілля.
Були проведені наступні заходи:
 - проведення семінарів та тренінгів щодо застосування екологічно чистих технологій;
 - підтримка підприємств у здійсненні проектів щодо використання відновлюваної енергії та зменшення викидів шкідливих речовин;
 - проведення круглих столів та дискусій щодо сталого розвитку бізнесу в Україні та у світі.

У 2021 році ТППУ продовжувала свою діяльність з підтримки та розвитку підприємництва, включаючи підтримку експортних стратегій підприємств.

Одним з напрямків роботи ТППУ є організація виставок та конференцій, на яких підприємства мають можливість познайомитись з новими технологіями та тенденціями у своїй галузі. такі, як "АгроЕкспо", "Агротехніка", "Архітектура та будівництво", "Енергетика та екологія", "Здоров'я та медицина", "Товари та послуги для дому" та інші.

Також ТППУ активно співпрацює з іноземними партнерами, організовуючи торгові місії та зустрічі для підприємців. Наприклад, в рамках співпраці з Корейською торгово-промисловою палатою, відбулися торгові місії з обміну досвідом та встановленням нових бізнес-контактів між підприємствами двох країн. Також, у співпраці з Британсько-українською торговою палатою, були організовані зустрічі та переговори для підприємців України та Великої Британії.

У рамках своєї діяльності ТППУ також займається розробкою та підтримкою експортних стратегій підприємств, зокрема шляхом забезпечення доступу до інформації про потенційних замовників у різних країнах, аналізу ринків та підготовки документації для участі у міжнародних тендерах.

У 2021 році ТППУ також продовжувала співпрацю з урядом України, щоб підтримати розвиток експорту та забезпечити більшу інтеграцію українських підприємств у світову економіку. В рамках цієї співпраці ТППУ взяла участь у розробці нової експортної стратегії України на період до 2027 року.

В загальному сенсі, ефективність будь-якої експортної стратегії зазвичай оцінюється за кількістю та обсягом експортних операцій, збільшенням обсягів продажів на зовнішніх ринках, залученням нових клієнтів та партнерів з інших країн, а також за рівнем задоволеності клієнтів та партнерів.

Тому, якщо Торгово-промислова палата України успішно змогла досягнути цих метрик, то можна сказати, що їхня експортна стратегія є ефективною.

Також, ефективність експортної стратегії може бути визначена за рівнем конкурентоспроможності українських товарів та послуг на міжнародному ринку, а також за успішністю просування бренду України на зовнішніх ринках.

Крім того, ефективність експортної стратегії можна оцінити за рівнем інвестицій та інших форм співпраці з зарубіжними партнерами, а також за рівнем розвитку відносин з торговими партнерами, включаючи виробничі та логістичні ланки.

Загалом, ефективність експортної стратегії є складним і багатоаспектним питанням, яке потребує аналізу різноманітних факторів та використання різних методів оцінки. Оцінка ефективності експортної стратегії Торгово-промислової палати України повинна базуватися на конкретних даних та враховувати весь спектр економічних, соціальних та політичних чинників, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність України.

Висновки до першого розділу

В результаті аналізу було встановлено, що експортна діяльність Торгово-промислової палати України має позитивні показники. Обсяги експорту постійно зростають, що свідчить про успішну роботу організації на міжнародних ринках. Географія ринків також поширюється, що сприяє диверсифікації та збільшенню потенціалу експортної діяльності. Організація експортує різноманітні товари та послуги, що дозволяє їй проникнути на різні ринки та залучити різні категорії клієнтів.

Оцінка ефективності експортної стратегії показала, що організація досягає своїх цілей та завдань. Фінансові показники підтверджують успішність експортної стратегії, а динаміка зростання експорту свідчить про її конкурентоспроможність. Важливою є також здатність організації пристосовуватися до змін у міжнародному середовищі та реагувати на нові виклики та можливості.

РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВОЇ ПАЛАТИ УКРАЇНИ

2.1. Важелі розвитку стратегії Торгово-промислової палати України на міжнародному ринку

Розвиток міжнародного бізнесу є одним з ключових факторів успіху для сучасних підприємств. Це дозволяє забезпечувати зростання обсягів виробництва та продажів, залучати нових клієнтів та розширювати географію діяльності. Для досягнення успіху на міжнародному ринку необхідно мати ефективну стратегію, яка враховує особливості ринку та конкурентні переваги підприємства. У цьому контексті важливо звернути увагу на діяльність Торгово-промислової палати України (ТППУ), яка виступає активним учасником розвитку міжнародного бізнесу в Україні. Далі ми розглянемо важелі розвитку стратегії ТППУ на міжнародному ринку (рис.2.1.).



Рис.2.1.Важелі розвитку стратегії ТППУ на міжнародному ринку

Торгово-промислова палата України має кілька важелів розвитку стратегії на міжнародному ринку, серед яких можна виділити наступні:

1) Підтримка експортних підприємств. ТППУ надає консультаційну допомогу експортерам з різних галузей економіки, допомагає знаходити нові ринки збуту та партнерів за кордоном.

Підтримка експортних підприємств є однією з важливих ділянок розвитку міжнародної діяльності Торгово-промислової палати України (ТППУ). Ця діяльність здійснюється через надання консультаційної допомоги експортерам з різних галузей економіки, включаючи поради щодо митної та транспортної логістики, документації, страхування, маркетингу та інших питань, пов'язаних з експортом.

Крім того, ТППУ сприяє знаходженню нових ринків збуту та партнерів за кордоном для експортерів, зокрема, шляхом організації торгових місій та виставок за кордоном, а також забезпечення доступу до міжнародних баз даних та інформаційних ресурсів. Крім того, ТППУ регулярно проводить тренінги та семінари з питань експорту, які допомагають експортерам підвищити свою конкурентоспроможність та ефективність міжнародного бізнесу.

У цілому, підтримка експортних підприємств є однією з найважливіших функцій Торгово-промислової палати України на міжнародному ринку, яка сприяє розвитку експортного потенціалу України та підвищенню її конкурентоспроможності в світі.

2) Організація виставок та конференцій. ТППУ організовує різноманітні заходи, де підприємства можуть продемонструвати свою продукцію та послуги, знайти нових клієнтів та партнерів.

Організація виставок та конференцій є однією з ключових функцій Торгово-промислової палати України на міжнародному ринку. Такі заходи дозволяють підприємствам продемонструвати свою продукцію та послуги, знайти нових клієнтів та партнерів, а також отримати інформацію про нові тенденції та перспективи розвитку ринку.

ТППУ організовує різноманітні виставки та ярмарки в Україні та за кордоном, зокрема, в рамках міжнародних виставкових проєктів. На таких

заходах підприємства мають можливість познайомитись з новими технологіями, продуктами та послугами, які можуть бути корисними для їхнього бізнесу, а також встановити контакти з потенційними клієнтами та партнерами.

Крім того, ТППУ організує конференції та семінари з різних галузей економіки, на яких відбувається обмін досвідом та інформацією між експертами та представниками підприємств. На таких заходах обговорюються актуальні проблеми та тенденції розвитку ринку, а також шукаються шляхи співпраці та взаємовигідного партнерства. Крім того, під час конференцій та семінарів представники підприємств мають можливість зустрітись з потенційними партнерами та клієнтами, що може сприяти розвитку їхнього бізнесу та залученню нових інвестицій.

Нижче наведено кілька конкретних прикладів:

- АгроЕкспо - це щорічна міжнародна виставка, організована ТППУ, що присвячена аграрному сектору. Виставка збирає учасників з різних країн, щоб демонструвати новітні розробки в галузі сільського господарства та підтримувати співпрацю між учасниками.
- Інфраструктурні діалоги Україна-ЄС - це серія конференцій, що проводяться ТППУ з метою обговорення питань розвитку інфраструктури в Україні та співпраці з ЄС. На заходах беруть участь високопоставлені посадовці з України та Європейського Союзу, представники бізнесу та експерти.
- ІнтерАГРО - щорічна міжнародна виставка, організована ТППУ, яка об'єднує учасників з різних країн світу з метою демонстрації новітніх технологій та обладнання для сільського господарства, обговорення питань розвитку аграрного сектору та забезпечення співпраці між учасниками.
- Форум ТППУ для малих та середніх підприємств - це річний форум, який організовується ТППУ з метою надання підприємствам можливості зустрітись з експертами, знайти нових партнерів та обговорити питання розвитку бізнесу.

Ці заходи є далеко не повним списком заходів, які організовує ТППУ. Крім цього, ТППУ також проводить семінари, тренінги та інші заходи, які допомагають підприємствам розширювати свої знання та навички, а також покращувати свої бізнес-зв'язки з партнерами за кордоном. Заходи ТППУ є важливою платформою для співпраці між підприємствами різних країн та сприяють розвитку міжнародної торгівлі.

3) Розвиток міжнародних зв'язків. ТППУ активно співпрацює з іноземними партнерами, організовує торгові місії та зустрічі для підприємців. Це допомагає знайти нові ринки збуту та залучити інвестиції в Україну.

Розвиток міжнародних зв'язків є однією з головних функцій ТППУ. Організація зустрічей та торгових місій є важливим інструментом для залучення іноземних інвесторів та підтримки експорту українських товарів та послуг.

ТППУ організовує торгові місії до різних країн світу з метою просування української продукції на міжнародному ринку. Підприємці мають можливість зустрітися з потенційними партнерами та дізнатися про місцеві ринки збуту та законодавство. Крім того, такі місії допомагають встановити контакти з місцевими владними органами та іншими бізнес-структурами.

ТППУ також проводить зустрічі з іноземними делегаціями, які відвідують Україну. Такі заходи надають можливість підприємцям зустрітися з іноземними колегами та дізнатися більше про потенційні ринки збуту для своєї продукції. Крім того, зустрічі з іноземними делегаціями можуть сприяти встановленню більш глибоких ділових зв'язків між підприємствами.

Нарешті, ТППУ співпрацює з міжнародними організаціями та партнерами для підтримки розвитку бізнесу в Україні. Такі партнерства можуть допомогти відкривати нові можливості для підприємств та забезпечувати підтримку для реалізації нових проектів.

Ось декілька конкретних прикладів цієї роботи:

– Організація торгових місій: ТППУ організовує торгові місії для українських підприємств, які беруть участь у виставках та інших подіях за кордоном. Так, в 2019 році ТППУ організувала торгову місію до Індії для

українських виробників сільгосппродукції, а також місію до Латинської Америки для компаній, які працюють у сфері інформаційних технологій.

– Участь у міжнародних заходах: ТППУ бере активну участь у міжнародних заходах, таких як конференції, семінари та виставки. Наприклад, у 2018 році ТППУ прийняла участь у Міжнародній виставці сільського господарства та харчової промисловості "Агрітехніка" у Франкфурті, що дозволило українським компаніям продемонструвати свої продукти та послуги на міжнародному рівні.

– Залучення інвестицій: ТППУ працює над залученням іноземних інвестицій до України. Так, у 2017 році ТППУ співпрацювала з Французько-українською торговою палатою для залучення французьких інвесторів до України. В рамках співпраці відбулися ряд заходів, на яких українські компанії зустрілися зі своїми французькими колегами, що дозволило обговорити можливості співпраці та підписати декілька угод про співпрацю та інвестиції.

4) Підтримка сталого розвитку. ТППУ сприяє підприємствам у реалізації проектів, спрямованих на зменшення впливу бізнесу на довкілля.

Підтримка сталого розвитку є одним з основних напрямків діяльності ТППУ, оскільки збалансований розвиток економіки і довкілля є важливим завданням для України та всього світу. ТППУ сприяє підприємствам у реалізації проектів, спрямованих на зменшення впливу бізнесу на довкілля, а також допомагає компаніям залучати інвестиції на розвиток екологічно чистих технологій.

Одним з інструментів підтримки сталого розвитку є сертифікація підприємств за стандартами ISO. ТППУ допомагає компаніям пройти процес сертифікації та отримати міжнародне визнання як екологічно чистого підприємства. Крім того, ТППУ розробляє та впроваджує програми підтримки підприємств, що займаються виробництвом екологічно чистих товарів та послуг.

Також ТППУ бере участь у проектах з розвитку відновлюваної енергетики та зменшення викидів шкідливих речовин в атмосферу. Наприклад,

ТППУ є партнером проекту "Зелений клімат", який спрямований на зменшення викидів парникових газів в Україні шляхом застосування енергоефективних технологій. У рамках цього проекту ТППУ допомагає підприємствам залучати інвестиції на реалізацію проектів з енергоефективності та відновлюваної енергетики.

Отже, підтримка сталого розвитку є важливим напрямком діяльності ТППУ, який допомагає підприємствам розвиватися з урахуванням потреб економіки та довкілля, зменшувати вплив бізнесу на довкілля, отримувати міжнародне визнання як екологічно чисте підприємство, залучати інвестиції на розвиток екологічно чистих технологій та брати участь у проектах з розвитку відновлюваної енергетики та зменшення викидів шкідливих речовин в атмосферу. В цілому, підтримка сталого розвитку веде до збереження довкілля та розвитку бізнесу, який враховує соціальні та екологічні потреби суспільства.

5) Розвиток міжнародної логістики. ТППУ допомагає експортерам з різних галузей економіки у розвитку міжнародної логістики, зокрема, в організації транспортування товарів та у вирішенні митних питань.

Розвиток міжнародної логістики є важливим аспектом підтримки зовнішньоекономічної діяльності підприємств, оскільки правильна організація транспортування товарів та вирішення митних питань є ключовими факторами успіху у міжнародній торгівлі.

ТППУ надає комплексну підтримку експортерам з різних галузей економіки у розвитку міжнародної логістики. В рамках цієї діяльності ТППУ забезпечує підприємства інформацією про міжнародні транспортні маршрути, розробляє оптимальні схеми доставки товарів та надає консультації щодо митних формальностей.

Окрім того, ТППУ організовує логістичні форуми та семінари для обміну досвідом між українськими та зарубіжними логістичними компаніями. Такі заходи допомагають українським підприємствам покращувати свої логістичні процеси та розвивати міжнародні партнерства зі спеціалізованими логістичними компаніями.

Також, ТППУ співпрацює з митними органами та іншими відповідними інституціями для забезпечення швидкого та ефективного проходження митних процедур під час міжнародних операцій.

Отже, розвиток міжнародної логістики є одним з основних напрямків діяльності ТППУ, який сприяє підприємствам в експортній діяльності та зміцнює позиції України на світовому ринку.

б) Підтримка малих та середніх підприємств. ТППУ сприяє розвитку малих та середніх підприємств, зокрема, через надання консультаційної та інформаційної підтримки, а також організацію спільних заходів.

Підтримка малих та середніх підприємств є одним з пріоритетних напрямків діяльності ТППУ, оскільки вони є основою економіки країни та мають важливе значення для розвитку підприємницького середовища в Україні.

ТППУ допомагає малим та середнім підприємствам у залученні інвестицій, підвищенні конкурентоспроможності та розвитку бізнесу. Консультаційна та інформаційна підтримка, яку надає ТППУ, допомагає підприємствам вирішувати різноманітні питання, пов'язані зі створенням та розвитком бізнесу, в тому числі з питань фінансування, маркетингу, експорту та інших.

ТППУ організовує спільні заходи, такі як семінари, конференції, бізнес-форуми тощо, на яких підприємці мають можливість обмінюватися досвідом та ідеями, знаходити нових партнерів та розширювати свій бізнес-кругозір.

Крім того, ТППУ підтримує розвиток малих та середніх підприємств шляхом участі в програмах державної підтримки малого та середнього бізнесу, а також надає їм доступ до різних інструментів фінансової підтримки, таких як кредити, гранти, програми лізингу тощо.

Отже, ТППУ є важливим партнером та підтримкою для малих та середніх підприємств, що сприяє їх розвитку та процвітанню в умовах сучасної економіки.

В цілому, Торгово-промислова палата України має широкий спектр інструментів та заходів для підтримки експортерів та розвитку міжнародної торгівлі. Це допомагає українським компаніям входити на нові ринки,

збільшувати обсяги експорту та залучати іноземні інвестиції. Розвиток міжнародної співпраці та підтримка малого та середнього бізнесу є важливими факторами у створенні сприятливого бізнес-клімату в Україні та зміцненні її позицій на міжнародному ринку.

2.2 Пропозиції щодо розвитку експортної стратегії організації

В сучасному світі майже кожна компанія прагне розширити свій бізнес за межі своєї країни і розвивати міжнародну торгівлю. Експортна діяльність є одним з головних напрямів розвитку бізнесу, який дозволяє компаніям збільшувати обсяги продажів, залучати нових клієнтів та отримувати більший прибуток. Українські компанії також не є винятком, і експорт є важливою складовою частиною їх бізнес-стратегії.

За останні кілька років, Україна активно розвиває свій експорт, але при цьому ще є потенціал для його збільшення. За даними Державної митної служби України, обсяг експорту товарів з України в 2020 році становив більше 50 мільярдів доларів США, що є достатньо високим показником, але порівняно з потенціалом країни, він ще може бути підвищений.

Однак внаслідок російської агресії у 2022 році загальний обсяг експорту скоротився на 35%, залишки експорту стали основою виживання багатьох компаній. Лідерами експорту стали агропромисловий та гірничо-металургійний комплекси, а найбільші покупці української продукції - країни ЄС, Туреччина та Китай. Деякі компанії змогли знайти нові ринки та збільшити обсяги експорту, в той час як інші були змушені заморозити виробництво та лише розпродавати залишки продукції. Головний висновок полягає в тому, що українські компанії готові продовжувати пристосовуватися до нових умов і шукати нові ринки в 2023 році (Рис.2.2).



Рис.2.2.Рейтинг експортерів.

Топ 10 країн, куди експортувала Україна за 2022 рік. [2]

Розвиток експортної стратегії є важливим кроком для розширення географії збуту продукції та збільшення обсягів виробництва. Оскільки експортна стратегія України потребує оновлення, зокрема у плані розширення інструментів для просування експорту та забезпечення їх реалізації, включаючи в оновлений план завдань і заходів, який буде належно профінансований. При цьому необхідно моніторити та аналізувати результати реалізації стратегії з можливістю коригувати завдання та заходи в зв'язку зі змінами на міжнародних ринках та іншими обставинами, які впливають на імплементацію стратегії, такими як пандемія COVID-19 та військові дії на Сході України.

Крім того, результати реалізації стратегії та можливі перешкоди на шляху її впровадження повинні бути відображені для бізнесу та інших зацікавлених сторін за допомогою різних способів взаємодії, таких як зустрічі представників бізнесу та Уряду або проведення опитувань.

З опитування щодо оновлення експортної стратегії України випливає, що необхідно оновити Експортну стратегію України щодо фінансового забезпечення експортної діяльності та страхування ризиків та кредитування експорту. Також потрібні інструменти для просування українських товарів та послуг на міжнародних ринках, в тому числі підтримка виставкових заходів, популяризація бренду України як виробника високоякісних товарів та надавача послуг, усунення тарифних та нетарифних бар'єрів, а також спрощення питань, пов'язаних з сертифікацією та стандартизацією.

Крім того, результати аналізу показують необхідність розробки ефективних механізмів співпраці між Урядом та бізнесом у сфері експорту, включаючи підтримку експортних операцій, створення сприятливого інвестиційного клімату та забезпечення захисту прав інтелектуальної власності.

Українські компанії також можуть скористатися можливостями експорту до нових ринків, зокрема до країн Азії та Африки. Для цього необхідно проводити дослідження ринків та аналізувати споживацькі тенденції, встановлювати контакти з місцевими бізнес-асоціаціями та урядовими структурами, проводити маркетингові дослідження та підготовку продукту для конкретного ринку.

Безоплатні послуги, які надаються інституціями з підтримки торгівлі, є менш відомими серед експортерів, які часто мають уявлення, що такі послуги є виключно платними. Незважаючи на успішну співпрацю між експортерами та інституціями з підтримки торгівлі, респонденти вважають, що реформування однієї з них - Європейського розвитку бізнесу (ЄРБ), призвело до зменшення фінансування та ефективності цієї інституції. Рекомендації щодо оновлення Європейської системи підтримки українських експортерів стосуються питань, які вже включені до діючої системи, таких як сертифікація та стандартизація, захист прав інтелектуальної власності, просування експорту на міжнародні ринки тощо. Однак експортери все ще піднімають ці питання, що свідчить про неефективність вжитих заходів та необхідність їх аналізу для розробки нового плану завдань та заходів.

Отже, оновлення експортної стратегії України має на меті розвиток експортного потенціалу країни через розширення інструментів просування експорту, покращення фінансової підтримки та страхування експорту, створення сприятливого інвестиційного клімату та забезпечення прав інтелектуальної власності. Також необхідно розробити секторальні стратегії та зосередитися на нових ринках для розширення експорту України.

Ось декілька пропозицій, які можуть допомогти організації у розвитку експортної стратегії:

1) *Аналіз ринку.* Перед тим, як почати розвивати експорт, важливо детально проаналізувати потенційні ринки збуту. Дослідіть попит на вашу продукцію, конкуренцію, митні та законодавчі вимоги кожної країни.

Перед тим, як розпочати експорт, важливо провести детальний аналіз потенційних ринків збуту. Це дозволить визначити, які країни можуть бути найбільш вигідними для вашого бізнесу.

Перш за все, вам необхідно дослідити попит на вашу продукцію на ринках, які вас цікавлять. Необхідно вивчити особливості ринку, з'ясувати, чи є на ньому попит на вашу продукцію, скільки споживачів є на ринку, яка їх демографія і які є їхні переваги та потреби.

Також необхідно проаналізувати конкурентну ситуацію на кожному ринку. Дослідіть, які компанії вже домінують на ринку, які є їхні переваги і недоліки, які продукти вони пропонують, яку цінову політику застосовують та які є їхні рекламні стратегії.

До того ж, необхідно детально вивчити митні та законодавчі вимоги кожної країни. Необхідно знати, які митні процедури необхідно пройти для вивезення продукції за кордон, які сертифікаційні вимоги повинна відповідати ваша продукція, які є стандарти якості та безпеки, які вимоги до маркування продуктів та упаковки.

Загалом, аналіз ринку є важливим етапом у розвитку експортного бізнесу, оскільки він дозволяє визначити потенційно вигідні ринки та розробити стратегію входу на них.

2) Встановлення партнерських відносин. Укладання договорів з партнерами є важливим кроком у розвитку експорту. Знайдіть надійних партнерів, з якими можна побудувати довгострокові відносини та розробити спільну стратегію.

Встановлення партнерських відносин є важливим кроком у розвитку експорту для будь-якої компанії. Цей процес передбачає вибір та укладання договорів з надійними та компетентними партнерами, з якими можна побудувати довгострокові відносини та розробити спільну стратегію.

Основні кроки для встановлення партнерських відносин у розвитку експорту наступні:

– Пошук потенційних партнерів. Для цього компанії можуть використовувати різні джерела інформації, такі як онлайн-довідники, бази даних, торгові камери та інші організації, що надають послуги зі знаходження партнерів. Також можна скористатися рекомендаціями від знайомих та партнерів.

– Аналіз потенційних партнерів. Після знаходження потенційних партнерів необхідно провести аналіз їхньої компетенції, репутації на ринку, фінансового стану та інших параметрів, які можуть вплинути на результативність співпраці.

– Встановлення контакту. Коли підбрані партнери, необхідно встановити з ними контакт та провести переговори щодо співпраці. У цьому етапі необхідно встановити контактну особу, обговорити основні параметри співпраці та домовитися про деталі подальшої роботи.

– Укладання договору. Після встановлення контакту та проведення переговорів необхідно укласти договір з партнером. Договір має включати всі деталі співпраці, такі як вартість, терміни, взаємні зобов'язання тощо.

– Розвиток співпраці. Після підписання договору важливо планувати та розвивати співпрацю з партнерами. Для цього необхідно встановити систему зв'язку та контролю за виконанням умов договору, проводити регулярні

зустрічі та взаємні візити, спільно аналізувати результати роботи та виробляти стратегії щодо їх покращення.

Також важливо зазначити, що встановлення партнерських відносин має бути орієнтовано на довгострокову співпрацю, тому компанія повинна виконувати свої зобов'язання та створювати умови для успішної роботи з партнерами. Надійні та компетентні партнери можуть стати важливим ресурсом для розвитку експортної діяльності компанії, тому важливо дотримуватися засад взаємовигідної співпраці та постійно вдосконалювати її якість.

3) Вивчення законодавства. Перед відправкою товарів за кордон, вивчіть законодавство країни призначення. Враховуйте митні вимоги, сертифікаційні процедури, стандарти якості та безпеки.

Вивчення законодавства є важливим етапом для будь-якої компанії, яка планує експортувати свої товари за кордон. Кожна країна має свої власні закони та вимоги, які повинні бути дотримані для ввезення товарів на її територію.

Основні аспекти, які потрібно враховувати при вивченні законодавства країни призначення:

– Митні вимоги: Кожна країна має свої власні митні вимоги, які повинні бути дотримані для ввезення товарів на її територію. Ці вимоги можуть стосуватися оформлення необхідної документації, відповідності товарів стандартам якості, оплати митних зборів тощо.

– Сертифікаційні процедури: Деякі країни можуть вимагати наявності певних сертифікатів та дозволів для ввезення певних товарів. Наприклад, продукти харчування, ліки, вироби з електроніки тощо можуть вимагати додаткових сертифікатів та дозволів для ввезення на територію країни.

– Стандарти якості та безпеки: Кожна країна може мати свої власні стандарти якості та безпеки, які повинні бути дотримані для ввезення товарів на її територію. Наприклад, якщо компанія експортує продукти харчування, то необхідно переконатися, що ці продукти відповідають вимогам щодо безпеки та якості, які встановлені в країні призначення.

– Податки та збори: Кожна країна може мати свої власні податки та збори, які повинні бути сплачені при ввезенні товарів на її територію. Ці податки та збори можуть бути різними для різних товарів та країн, тому необхідно детально вивчити податкове законодавство країни призначення.

При вивченні законодавства країни призначення, компанії також потрібно бути свідомими можливих ризиків та обмежень, пов'язаних з експортом товарів. Наприклад, деякі товари можуть бути заборонені для ввезення в певні країни, або можуть бути обмежені кількісно або за вартістю.

Отже, вивчення законодавства країни призначення є важливим етапом для забезпечення успішної експортної діяльності компанії. Це допомагає уникнути можливих проблем з митними вимогами, сертифікаційними процедурами, стандартами якості та безпеки, а також допомагає зменшити можливі ризики та обмеження, пов'язані з експортом товарів.

4) Розробка маркетингової стратегії. Розробіть маркетингову стратегію для кожного ринку. Придумайте спосіб презентації вашої продукції, побудуйте відповідну цінову політику та рекламну кампанію.

Розробка маркетингової стратегії є важливим етапом в експортній діяльності будь-якої компанії. Для кожного ринку необхідно розробити індивідуальну стратегію, враховуючи особливості цього ринку, його споживачів та конкурентів.

Основні кроки для розробки маркетингової стратегії:

– Аналіз ринку: Важливо дослідити ринок та зрозуміти його особливості. Необхідно дослідити споживачів, їхні потреби та побажання, а також конкурентів та їхні стратегії. На основі цього дослідження можна розробити унікальну стратегію для даного ринку.

– Презентація продукції: Необхідно розробити спосіб презентації продукції на даному ринку. Це може бути реклама на місцевих медіа, участь у виставках та конференціях, презентації продукції в торгових точках та інше.

– Цінова політика: Визначення цін на продукцію є важливим елементом маркетингової стратегії. Важливо враховувати рівень конкуренції,

попит та можливості споживачів. Необхідно знайти баланс між прибутковістю та конкурентоспроможністю на ринку.

– Рекламна кампанія: Рекламна кампанія повинна бути спрямована на просування продукції та створення позитивного іміджу компанії на даному ринку. Важливо враховувати культурні та мовні особливості країни та споживачів. Рекламна кампанія може включати рекламу на місцевих медіа, використання соціальних мереж, підтримку заходів та ін.

5) Оптимізація логістики. Ефективна логістика є важливою у розвитку експорту. Розробіть ефективну систему доставки, враховуючи відстань, час, витрати та безпеку.

Оптимізація логістики є одним з найважливіших аспектів, який впливає на успішність експортної діяльності компанії. Якщо логістика організована правильно, то це допомагає зменшити витрати, покращити час доставки та забезпечити безпеку та якість товарів. Основні етапи оптимізації логістики для експорту:

- Аналіз потреб ринку: Перш за все, компанія повинна зрозуміти потреби та вимоги ринку, на який вона планує експортувати товари. Наприклад, якщо товар має високу ціну та потребує особливої уваги при доставці, то можна розглянути можливість використання повітряного транспорту, якщо ж товари мають меншу вартість, то можна розглянути морський або автомобільний транспорт.

- Вибір логістичного партнера: Важливо обрати надійного та досвідченого логістичного партнера, який зможе забезпечити ефективну та швидку доставку товарів.

- Вибір транспортних засобів: Під час вибору транспортних засобів необхідно враховувати відстань, витрати та час доставки. Наприклад, морський транспорт може бути менш дорогим, але займати більше часу, ніж повітряний транспорт.

- Управління запасами: Для забезпечення швидкої доставки товарів необхідно вести ефективний управління запасами. Наприклад, компанія може

зберігати запаси товарів на складі поблизу порту, щоб швидко доставити їх до транспортного засобу.

○ Відстеження та контроль: Після відправлення товарів необхідно відстежувати їх прохідну дорогу та контролювати доставку. Це можна здійснювати за допомогою системи GPS або електронної системи моніторингу. Також важливо мати план дій у разі непередбачуваних обставин, таких як затримки доставки, зміни маршруту або втрата товарів.

Оптимізація логістики повинна враховувати не тільки ефективність транспорту та доставки, а й забезпечення якості та безпеки товарів. Для цього можна використовувати спеціальну упаковку, яка захистить товари під час транспортування, а також забезпечити належну документацію та дозволи на експорт. Оптимізація логістики допоможе компанії зменшити витрати та покращити якість доставки, що позитивно відобразиться на успішності експортної діяльності.

б) Підтримка від ТППУ. Співпраця з ТППУ може бути корисною у розвитку експортної стратегії. ТППУ може надати інформацію про потенційні ринки.

ТППУ (Торгово-промислова палата України) є неприбутковою організацією, що має за мету розвиток підприємництва в Україні та сприяння експортній діяльності українських компаній. Співпраця з ТППУ може бути дуже корисною для компаній, що планують розвиватись на міжнародному ринку.

Основні переваги співпраці з ТППУ:

– Інформаційна підтримка: ТППУ може забезпечити компанії інформацією про потенційні ринки, діючі торгові угоди, митні процедури та інші правила, що регулюють зовнішньоекономічну діяльність. Це допоможе компанії зробити обґрунтований вибір стосовно ринку, на який вона планує експортувати товари, та врахувати усі необхідні вимоги та процедури.

– Консультаційна підтримка: ТППУ може надати компанії консультації з питань зовнішньоекономічної діяльності, включаючи вибір

стратегії, логістики, ціноутворення та інших аспектів експортної діяльності. Консультації можуть бути корисні для компанії, що тільки починає свою діяльність на міжнародному ринку та потребує додаткової підтримки.

– Пошук партнерів: ТППУ може допомогти компанії знайти потенційних партнерів на зарубіжних ринках. Це може бути корисно для компаній, які не мають достатнього досвіду у знаходженні та встановленні контактів з партнерами за кордоном.

– Участь виставках та міжнародних заходах: ТППУ організовує різноманітні виставки, конференції та інші міжнародні заходи, на яких компанії можуть познайомитись з потенційними партнерами, представити свої товари та послуги, отримати цінні знайомства та досвід.

– Забезпечення легалізації документів: ТППУ може забезпечити легалізацію документів, що необхідні для здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Це може бути корисно для компаній, які здійснюють експорт чи імпорт товарів та послуг та повинні дотримуватись певних правил та процедур.

Отже, співпраця з ТППУ може бути дуже корисною для компаній, що планують розвиватись на міжнародному ринку та потребують додаткової підтримки. ТППУ може забезпечити компаніям інформаційну та консультаційну підтримку, допомогу у пошуку партнерів, участь у міжнародних заходах та легалізацію документів.

Висновки до другого розділу

У результаті аналізу експортної стратегії Торгово-промислової палати України було виявлено її позитивні показники, такі як зростання обсягів експорту, розширення географії ринків та різноманітність експортованих товарів та послуг. Оцінка фінансових показників та динаміки зростання свідчать про ефективність стратегії.

Рекомендації щодо вдосконалення експортної стратегії включають розширення географії ринків, залучення інновацій та нових технологій, посилення маркетингової діяльності та розвиток партнерських відносин.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

На підставі аналізу матеріалів Торгово-промислової палати України про експортну стратегію підприємств можна зробити висновок, що експортна діяльність є важливою складовою успішного міжнародного бізнесу.

Основні складові експортної стратегії, які необхідно враховувати підприємствам-суб'єктам міжнародного бізнесу, включають вивчення зовнішнього середовища, визначення конкурентної переваги, розробку маркетингової стратегії та вибір ринку.

Для успішної експортної діяльності також необхідно враховувати міжнародні торгові угоди, митні процедури та інші правила, які регулюють зовнішньоекономічну діяльність

Підтримка від Торгово-промислової палати України може бути корисною для підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу, оскільки вона надає інформаційну та консультаційну підтримку, а також допомагає у пошуку потенційних партнерів на зарубіжних ринках.

Також, важливо враховувати фактори, що впливають на міжнародний ринок, такі як економічні тенденції, законодавчі норми, валютні курси, технічні вимоги тощо. Для цього потрібно проводити ретельний аналіз зовнішнього середовища та визначати можливості та загрози для підприємства.

Найважливішим кроком у створенні успішної експортної стратегії є визначення цілей та завдань підприємства. Необхідно зрозуміти, чого саме хоче досягнути підприємство за допомогою експорту та які ресурси воно має для цього. Наприклад, підприємство може прагнути збільшити свої прибутки, зайняти нові ринки, підвищити свою репутацію тощо.

Для досягнення цих цілей підприємство має розробити стратегію, яка враховуватиме усі фактори та використовуватиме оптимальні методи та інструменти. Також важливо ретельно вивчити характеристики ринку та визначити специфічні особливості місцевих споживачів.

У цьому контексті співпраця з Торгово-промисловою палатою України може бути дуже корисною для підприємств. ТППУ надає різноманітну

інформаційну та консультаційну підтримку, а також допомагає у пошуку партнерів на зарубіжних ринках.

Отже, визначення та реалізація експортної стратегії є важливою умовою успішного міжнародного бізнесу для підприємств-суб'єктів. Також важливо мати належну підтримку від організацій, які можуть забезпечити необхідну інформацію та консультації



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Errea J. Visual Journalism. Infographics from the World's Best Newsrooms and Designers. 2017. 256 p.
2. Forbes визначив найбільших експортерів воєнного року – 50 компаній, які дали змогу вистояти українській економіці у 2022 році URL: <https://forbes.ua/ratings/50-naybilshikh-eksporteriv-ukraini-2022-02032023-12098>
3. Knaflic C. Storytelling with data: A data visualization guide for business professionals. New York: John Wiley & Sons. 2015. 288 p.
4. Porter, M. (1979) «How competitive forces shape strategy», Harvard business Review, March/April 1979.
5. Алгоритм експорту. Що потрібно знати українському експортеру. URL: http://loga.gov.ua/sites/default/files/collections/algoritm_eksportu.pdf
6. Балабан П.Ю., Тягунова Н.М., Місюкевич В.І. та ін. Торговельна логістика: навч. посіб. К.: ЦУЛ. 2014. 147 с.
7. Балабанова Л. В., Стельмашенко О. В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки : [монографія]. Донецьк: Дон НУЕТ. 2010. 238 с.
8. Балджи М.Д., Доброва Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М. Торговельне підприємництво: навч. пос. Київ: Кондор-видавництво. 2017. 112 с.
9. Бельтюков Є.А., Некрасова Л.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. ЕКОНОМІКА: реалії часу. №2(12). 2014. С. 7.
10. Березін О. В. Стратегія підприємства: навч. посіб. К : Ліра-К. 2010. 224 с.
11. Бізнес та Covid-19. Вжити не можна померти. URL: https://fru.ua/images/doc/analytics/BUSINESS_AND_COVID-19.pdf
12. Бровкова О.Г. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. К.: «Видавництво «Центр учбової літератури». 2012. 224 с.
13. Горбенко О.В. Логістика: навч. посібник. К.: Знання. 2014. 316 с

14. Дахно І. І. Зовнішньоекономічна діяльність : навч. посіб. / за ред. І. І. Дахна. Київ: —Центр учбової літератури. 2018. 355 с.
15. Дегтярьова І. Б., Харченко М. О. Стратегія підприємства: конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2016. 80 с.
16. Державна служба статистики України. URL: [http:// www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
17. Дикань В. Л., Зубенко В. О., Маковоз О. В., Токмакова І. В., Шраменко О. В. Стратегічне управління: навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури». 2013. 272 с.
18. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса: Бондаренко М. О. 2018. 305 с.
19. Довбня С.Б., Найдовська А.О., Хитько М.М. Стратегія підприємства. Частина 1: Навч. посібник. Дніпропетровськ: НМетаАУ. 2011. 71 с
20. Довгань Л. Є, Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління: навч. посіб. 2ге вид. К.: Центр учб. літ. 2011. 440 с.
21. Довідник процедур для експортера. URL: file:///C:/Users/ZenBook/Downloads/%D0%94%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA_final.pdf
22. Експортувати просто. 10 кроків від виробництва до експорту. URL: http://www.oda.te.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/705/exportprosto_2016.pdf
23. Зайченко О. Стратегічне мислення як корпоративна компетенція. Консалтинг в Україні. №56. 2011. URL: <http://www.trn.ua/articles/4072/>.
24. Зінчук Т., Горбачева І., Ковальчук О., Куцмус Н., Усюк Т., Пивовар П., Данкевич В., Прокопчук О. Міжнародні економічні відносини та зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 512 с
25. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник. Видання 6- те, перероб. Та доп. / За ред. Козака Ю. Г. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 292 с
26. Митний кодекс України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>

27. Міжнародний бізнес: практикум для студ. спеціальностей «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», «Міжнародні економічні відносини»/ Укладач: Карасьова Н.А. Київ: Видавництво Ліра-К, 2019. 74 с.
28. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник / за ред. Ю.Г. Козака, Т. Спорека. 5-те вид., перероб. та доп. Київ – Катовіце: Центр учбової літератури, 2016. 289 с.
29. Піжук О. І. Стратегія підприємства [електронне видання]: навчальний посібник. Ірпінь: Університет ДФС України, 2018. 390 с.
30. Пітель Н.Я. Особливості стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в умовах глобалізації // Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. – Умань: УНУС, – 2015. – Вип. 87. – Ч.2: Економіка. – С. 120-128.
31. Якість і просування продукції на ринок, Бізнес від А до Я: Як розвивати власну справу URL: <http://www.vlasnasprava.info/ua>.