

ПРОТОКОЛ № 8

засідання *студентського наукового гуртка*
«Економіка та розвиток підприємництва і біржової торгівлі»
кафедри економічної теорії, підприємництва та торгівлі

8 квітня 2025 року

ПРИСУТНІ: керівник гуртка, к.е.н., с.н.с. Руда Т., члени студентського наукового гуртка

ПОРЯДОК ДЕННИЙ

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: можливості виходу на міжнародні ринки.

Доповідач: керівник студентського наукового гуртка, к.е.н., с.н.с. Руда Т., члени наукового гуртка.

СЛУХАЛИ:

1. Керівника наукового студентського гуртка, к.е.н., с.н.с. Руду Т. про зовнішньоекономічну діяльність підприємств та можливості виходу на міжнародні ринки. Доповідачка зазначила, що зовнішньоекономічна діяльність підприємств є важливою складовою сучасної економіки, оскільки вона забезпечує участь підприємств у міжнародному обміні товарами, послугами, технологіями, капіталом та інформацією. Вихід на міжнародні ринки відкриває для підприємства можливості збільшення обсягів продажу, розширення клієнтської бази, отримання додаткових доходів, залучення інвестицій та підвищення конкурентоспроможності. Для українських підприємств розвиток зовнішньоекономічної діяльності набуває особливого значення в умовах європейської інтеграції та необхідності відновлення економіки.

Заболотна С. відзначила, що зовнішньоекономічна діяльність підприємства охоплює різні форми міжнародного співробітництва. Найпоширенішою є експорт товарів і послуг, коли підприємство реалізує власну продукцію іноземним споживачам. Також підприємства можуть здійснювати імпорт необхідної сировини, обладнання та технологій, укладати міжнародні партнерські угоди, створювати спільні підприємства, залучати іноземні інвестиції та брати участь у міжнародних проєктах.

Однією з головних причин виходу підприємства на міжнародний ринок є прагнення розширити масштаби діяльності. Внутрішній ринок може мати обмежений попит, тоді як вихід на ринки інших країн дозволяє знайти нових споживачів. Крім того, присутність на міжнародному ринку стимулює підприємство підвищувати якість продукції, впроваджувати сучасні технології та вдосконалювати систему управління.

Першим етапом виходу на зовнішній ринок має бути оцінювання готовності самого підприємства. Необхідно проаналізувати його фінансові можливості, виробничі потужності, кадровий потенціал, якість продукції, конкурентні переваги та здатність виконувати міжнародні замовлення. Підприємство повинно бути готовим забезпечувати стабільні обсяги поставок, дотримуватися встановлених стандартів і виконувати договірні зобов'язання перед іноземними партнерами.

Важливим завданням є вибір країни або групи країн для виходу. Підприємству необхідно дослідити розмір і структуру потенційного ринку, рівень конкуренції, купівельну спроможність населення, особливості законодавства, митні правила, податкову систему, культурні особливості та логістичні можливості. Для українських підприємств особливо перспективним напрямом є ринок Європейського Союзу. ЄС є найбільшим торговельним партнером України: у 2025 році на нього припадало близько 65% торгівлі товарами України, а загальний обсяг торгівлі товарами між ЄС та Україною становив 68,2 млрд євро.

Важливою умовою виходу на міжнародний ринок є відповідність продукції вимогам країни-імпортера. Підприємству може знадобитися сертифікація, підтвердження відповідності стандартам якості, маркування продукції, дотримання санітарних, технічних та екологічних вимог. Для українських виробників особливо важливим є поступове наближення до європейських стандартів, оскільки це полегшує доступ до ринку ЄС і підвищує довіру іноземних покупців. У межах оновленої угоди про поглиблену та всеосяжну зону вільної торгівлі Україна та ЄС продовжують зближувати виробничі стандарти й правила торгівлі.

Перунський Н. зазначив, що не менш важливим є пошук іноземних партнерів і клієнтів. Підприємства можуть використовувати міжнародні виставки, торговельні місії, професійні онлайн-платформи, галузеві каталоги, електронну комерцію та прямі переговори з потенційними покупцями. Для українського бізнесу корисними є державні та міжнародні програми підтримки експорту. Зокрема, на платформі Дія.Бізнес функціонує Єдиний експортний веб-портал, який містить інформацію про зовнішні ринки, експортні процедури, сертифікацію, пошук партнерів та можливості участі у міжнародних торговельних заходах.

Особливу роль у міжнародній торгівлі відіграє цифровізація. Власний вебсайт, соціальні мережі, онлайн-магазини та міжнародні маркетплейси дозволяють підприємствам представляти свою продукцію іноземним клієнтам без необхідності відкривати фізичні представництва в інших країнах. Цифрові інструменти також допомагають аналізувати попит, проводити рекламні кампанії, підтримувати зв'язок із клієнтами та здійснювати міжнародні платежі.

Ушаков І. відмітив, що важливою складовою зовнішньоекономічної діяльності є правильна організація логістики. Підприємство має визначити оптимальний спосіб транспортування продукції, розрахувати витрати, терміни доставки, страхування та митне оформлення. Для України логістичне питання має особливе значення через воєнні ризики та необхідність використання різних транспортних маршрутів. Тому підприємствам доцільно диверсифікувати логістичні канали та мати альтернативні варіанти доставки.

Вихід на міжнародні ринки супроводжується певними ризиками. До них належать валютні коливання, зміни законодавства, торговельні бар'єри, політична нестабільність, неплатежі з боку іноземних контрагентів, логістичні проблеми та посилення конкуренції. Окрему увагу необхідно приділяти перевірці надійності потенційного партнера та умовам міжнародного контракту. Грамотно складений договір повинен визначати ціну, умови та строки поставки, порядок оплати, відповідальність сторін і механізми вирішення можливих спорів.

Перспективним напрямом для українських підприємств є збільшення частки продукції з високою доданою вартістю в експорті. Традиційно значну частину українського експорту становлять аграрна продукція, метали, сировина та напівфабрикати. Водночас розвиток машинобудування, харчової промисловості, IT-послуг, виробництва обладнання, інноваційних продуктів та інших технологічних напрямів дозволить підприємствам отримувати більший дохід від міжнародної торгівлі та створювати додаткову економічну цінність в Україні.

Значну роль у виході на міжнародні ринки відіграє конкурентоспроможність підприємства. Іноземні покупці оцінюють не лише ціну продукції, а й її якість, дизайн, інноваційність, надійність постачання, сервіс та репутацію виробника. Тому підприємству необхідно сформувати чітку конкурентну перевагу та продуману маркетингову стратегію. Український бренд на міжнародному ринку може стати додатковою перевагою, якщо підприємство демонструє високу якість, інноваційність та відповідальне ставлення до партнерів.

Водночас держава відіграє важливу роль у підтримці експортерів. Для підприємств важливими є доступ до інформації про іноземні ринки, консультаційна підтримка, страхування експортних ризиків, фінансування,

участь у міжнародних виставках та торговельних місіях. За даними досліджень Дія.Бізнес, серед найбільш затребуваних видів підтримки українського бізнесу називаються допомога в пошуку партнерів, відкриття нових ринків, просування українського бренду за кордоном, страхування та кредитування експортної діяльності.

Отже, вихід підприємства на міжнародний ринок є складним, але перспективним напрямом розвитку. Він потребує ретельного аналізу власних можливостей, вибору перспективного ринку, дослідження потреб споживачів, адаптації продукції до міжнародних стандартів, організації ефективної логістики та пошуку надійних партнерів. Для українських підприємств особливо важливими є поглиблення економічної інтеграції з Європейським Союзом, розвиток цифрових каналів продажу та збільшення експорту продукції з високою доданою вартістю.

Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність створює значні можливості для зростання підприємств, підвищення їхньої конкурентоспроможності та виходу на новий рівень розвитку. Успіх на міжнародному ринку залежить від здатності підприємства адаптуватися до вимог іноземних споживачів, використовувати сучасні технології, ефективно управляти ризиками та постійно вдосконалювати свою продукцію. Для України розвиток експорту є не лише можливістю окремих підприємств, а й важливим чинником економічного відновлення, залучення інвестицій та зміцнення позицій держави у світовій економіці.

УХВАЛИЛИ:

1) прийняти до відома та враховувати отриману інформацію під час написання наукових публікацій.

Керівник наукового студентського гуртка



Тетяна РУДА