

Скуба В.Ю.

здобувач вищої освіти на другому (магістерському) рівні

Рябоволик Т.Ф.

кандидат економічних наук, доцент

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

## МЕХАНІЗМИ ПІДТРИМКИ ЕКСПОРТУ ЧЕРЕЗ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВІ ПАЛАТИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах глобалізації і посилення конкуренції на зовнішніх ринках роль інструментів підтримки експорту стає визначальною для зростання експортного потенціалу підприємств. Торгово-промислові палати (ТПП) виступають важливим посередником між бізнесом, державними інституціями та закордонними партнерами, пропонуючи комплекс послуг – від сертифікації і документального супроводу до організації торгових місій і забезпечення інформаційно-аналітичної підтримки [1].

Економічні виклики, зокрема постійно змінювані торговельні правила, бар'єри доступу на ринки та потреба швидкої адаптації до вимог сертифікації та логістики, роблять необхідним ефективно інституційне супроводження експортерів. Для країн із трансформаційними економіками (зокрема України) система регіональних і національних ТПП є одним із ключових каналів, що допомагають малому та середньому бізнесу виходити на зовнішні ринки. Дані про діяльність українських ТПП показують, що вони надають широкий спектр послуг, які прямо впливають на здатність підприємств конкурувати закордоном [5].

На рисунку 1 представлено основні механізми підтримки експорту, які зазвичай реалізують торгово-промислові палати, а також їх вплив на конкурентоспроможність підприємств.



Рисунок 1 – Механізми підтримки експорту через ТПП

Джерело: складено авторами за матеріалами [7; 8]

Торгово-промислові палати надають доступ до баз даних, аналітики ринків, тарифної інформації, правил походження та технічних вимог (наприклад, через партнерські сервіси чи власні центри підтримки експорту). Це дозволяє підприємствам своєчасно адаптувати продукцію до вимог конкретного ринку і уникати процедурних помилок, що знижують витрати та ризики при виході на зовнішні ринки. Для експортерів із ЄС існують централізовані портали (як-от Access2Markets) з детальною інформацією про тарифи, правила походження й технічні вимоги, і ТПП часто допомагають інтерпретувати та застосовувати цю інформацію на практиці [3].

Видача сертифікатів походження, засвідчення торгових документів, оформлення карнетів АТА та інших необхідних документів — пряма та очевидна функція ТПП. Наявність правильних документів прискорює митне оформлення, знижує вірогідність відмов у ввезенні та сприяє конкурентній позиції підприємства на цільовому ринку. Наприклад, регіональні ТПП в Україні пропонують послуги з оформлення сертифікатів походження та супровідних документів, що є необхідним у багатьох міжнародних контрактах [2].

Торгово-промислові палати організують торгові місії, виставки, бізнес-місії та віртуальні зустрічі, які відкривають прямі контакти з покупцями та дистриб'юторами. Такі заходи забезпечують підприємствам можливість перевірити попит, встановити переговори та укласти контракти. Під час кризи або за обмежень переміщення широко застосовуються віртуальні торгові місії (Virtual Trade Missions), які вже практикуються рядом міжнародних палат (зокрема ICC Ukraine). Це скорочує витрати на підготовку та дає швидший вихід на ринки [4].

Також, торгово-промислові палати організують тренінги, консультації та практичну допомогу з приведення продукції у відповідність до стандартів цільових країн (наприклад, CE-маркування, санітарні/фітосанітарні вимоги). Це підвищує якість продукції та довіру імпортера до виробника, що напряму впливає на конкурентоспроможність [6].

Торгово-промислові палати мають мережі партнерських палат і бізнес-контактів у багатьох країнах; вони надають списки потенційних покупців, проводять попередню перевірку (due diligence), готують рекомендації по вибору партнерів. Це зменшує інформаційні асиметрії та ризики шахрайства, що особливо важливо для МСП [2].

На базі ТПП проводять навчальні програми з експортного менеджменту, митного оформлення, міжнародних контрактів і логістики. Підвищення компетенцій у внутрішніх командах підприємств підвищує швидкість реакції на ринкові можливості та зменшує зовнішні транзакційні витрати [1].

Незважаючи на очевидні переваги, є і певні обмеження та виклики в діяльності ТПП. Мова іде про нерівномірне покриття послуг у регіонах, обмежені ресурси ТПП для комплексної підтримки великих потоків експорту, потреба в модернізації цифрових сервісів та інтеграції з державними і міжнародними платформами. Також важливою є вимога до підвищення якості аналітичних послуг та доступності їх для малого бізнесу [5].

Отже, торгово-промислові палати реалізують широкий набір механізмів підтримки експорту: від документального супроводу і сертифікації до організації торгових місій, ринкової розвідки та навчання експортерів. Ці механізми підвищують конкурентоспроможність підприємств через зниження транзакційних витрат, прискорення виходу на ринки та поліпшення відповідності стандартам. Значний потенціал мають цифрові ініціативи та інтеграція ТПП з міжнародними інформаційними порталами (наприклад, Access2Markets), що дозволяє розширювати межі підтримки і робити її доступнішою для МСП. Щоб підвищити ефективність, ТПП мають інвестувати в аналітику, цифрові сервіси, стандартизацію підходів до надання послуг та розширення партнерських мереж.

Подальші наукові дослідження можуть зосередитися на кількох ключових напрямках, що дозволяють підвищити ефективність діяльності торгово-промислових палат у сфері підтримки експорту та сприяти розвитку міжнародної конкурентоспроможності малого та середнього бізнесу.

1) Оцінка економічного ефекту конкретних програм ТПП.

Важливим напрямом є кількісна оцінка впливу участі підприємств у торгових місіях, отримання сертифікатів походження та інших експортних послуг, що надаються палатами. Для цього доцільно застосовувати методи економетричного аналізу, зокрема регіональні панельні дані, що дозволяють визначати взаємозв'язок між активністю підприємства у програмах ТПП та динамікою його експортних показників, доходів та ринкової присутності.

2) Дослідження рольової взаємодії між державними агентствами та ТПП.

Наступним напрямом є аналіз взаємодії між державними експортними агентствами та торгово-промисловими палатами з метою оптимізації розподілу функцій, ресурсів та інформаційних потоків. Це дозволяє виявити ефективні моделі координації, уникнути

дублювання зусиль та забезпечити більш цільове спрямування підтримки для підприємств, що виходять на міжнародні ринки.

3) Аналіз ефективності цифрових платформ ТПП та їх інтеграції з міжнародними базами даних.

Цифрові сервіси, включно з порталами для замовлення сертифікатів, інформаційними платформами та AI-інструментами для ринкової розвідки, потребують системного дослідження з точки зору їх впливу на швидкість обробки запитів, точність ринкових прогнозів та доступність для МСП. Подальші дослідження можуть визначати оптимальні підходи до інтеграції національних платформ з міжнародними базами даних та аналітичними сервісами, що сприятиме підвищенню прозорості та якості підтримки експорту.

4) Порівняльні міжнародні дослідження моделей підтримки експорту через палати.

Корисним є проведення порівняльного аналізу практик різних країн, що мають подібний рівень економічного розвитку або специфіку експорту, для виявлення ефективних моделей взаємодії та сервісів. Такі дослідження дозволяють оцінити вплив різних підходів на конкурентоспроможність МСП, їх здатність виходити на нові ринки та інтегруватися у глобальні ланцюги доданої вартості.

Реалізація цих напрямів досліджень створює можливість не лише науково обґрунтувати стратегії підтримки експорту, а й сформулювати практичні рекомендації для ТПП та органів державної підтримки бізнесу, спрямовані на підвищення ефективності міжнародної діяльності підприємств.

#### Література:

1. Торгово-промислова палата України. Підтримка експорту / ТПП України. URL: <https://ucco.org.ua/services/zovnishn-oiekonomichna-diial-nost>
2. Торгово-промислова палата м. Києва. Послуги: сертифікація, підтвердження походження, підтримка експорту / Київська ТПП. URL: <https://kiev-chamber.org.ua/>
3. European Commission. Access2Markets – EU portal for exporters and importers. URL: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/welcome-access2markets-trade-helpdesk-users>
4. U.S. Department of Commerce. Trade missions – Add a Trade Mission to Your Export Strategy. URL: <https://www.trade.gov/trade-missions>
5. Міністерство економіки України. Trade information and export promotion. URL: <https://me.gov.ua/download/c6e186f9-a573-4ece-b555-579a9b7cf832/file.pdf>
6. Business.diaa.gov.ua. Розділ І. Інституції з просування експорту в Україні. URL: <https://business.diaa.gov.ua/rozdil-i-instituciyi-z-prosuvannya-eksportu-v-ukrayini>
7. Рябоволик Т. Ф., Пітел Н. С. Стратегічний розвиток інноваційних бізнес-моделей у цифровій торговельній екосистемі // *Актуальні питання економічних наук.* – 2025. – № 12. – DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15784416>.
8. Рябоволик Т. Ф., Пітел Н. С. Інтеграція інновацій та цифрових каналів комунікації в управлінні сучасними торговельними підприємствами // *Підприємництво і торгівля : зб. наук. пр.* / ред. кол. : Куцик П. О., Семак Б. Б. та ін. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2025. – Вип. 45. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi>