

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

«На правах рукопису»

УДК 332.133.44:334.788.2

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри
_____ С. В. Войтко

“ _____ ” _____ 2018 р.

Магістерська дисертація

на здобуття ступеня магістра

зі спеціальності 051 «Економіка» _____

спеціалізація «Міжнародна економіка» 8.03050301

на тему: «Реалізація інституційного механізму торговельно-промислових палат для активізації міжнародного бізнесу в Україні»

Виконав: студент VI курсу, групи УС-71 мп

Безвугляк Роман Юрійович _____

Науковий керівник д-р екон. наук., завідувач кафедри міжнародної економіки,

КПІ ім. Ігоря Сікорського Войтко Сергій Васильович _____

Рецензент кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри ММЕС Цеслів

Ольга Володимирівна _____

Засвідчую, що у цій дипломній роботі

немає запозичень з праць інших авторів

без відповідних посилань.

Студент _____

Київ – 2018 року

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Інститут (факультет) _____ менеджменту та маркетингу_____

Кафедра _____ міжнародної економіки_____

Рівень вищої освіти — другий (магістерський)

Спеціальність 051 Економіка 8.03050301 – «Міжнародна економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ С.В. Войтко
(підпис)
«14» вересня 2018 р.

**ЗАВДАННЯ
на магістерську дисертацію студенту**

_____ Безвугляку Роману
Юрійовичу _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема дисертації: «Реалізація інституційного механізму торговельно-промислових палат для активізації міжнародного бізнесу в Україні»
науковий керівник дисертації Войтко Сергій Васильович д-р екон. наук.,
завідувач кафедри міжнародної економіки, КПІ ім. Ігоря Сікорського
затверджені наказом по університету від «__» _____ 2018 р. № ____
2. Термін здачі студентом закінченої роботи «__» _____ 2018 р.
3. Об'єктом дослідження є організація процесу діяльності торгово-промислових палат як створених відповідно до законодавства України неприбуткових недержавних інституцій.
4. Предметом дослідження є існуюча система економічних відносин, які виникають між ТПП та міжнародним бізнесом.
5. Метою дослідження є теоретичне обґрунтування, вироблення науково-методичних засад і практичних пропозицій, щодо посилення ролі торгово-промислових палат в Україні як інституцій стимулювання розвитку підприємництва.

6. Перелік завдань, які потрібно розробити: дослідити та розвинути поняття «стимулювання розвитку підприємництва» з точки зору добровільних підприємницьких інституцій; визначити теоретичні положення, сутність і функції торгово-промислових палат в Україні та порівняти їх з торговими палатами інших країн світу; провести аналіз сучасного стану, результатів діяльності та рівня конкурентоспроможності послуг ТПП в Україні; удосконалити науково-методичний підхід до оцінки ефективності торгово-промислових палат щодо стимулювання розвитку підприємництва; та визначити елементи діяльності торгово-промислових палат, які мають найбільший вплив на показники прибутковості членів та клієнтів бази ТПП; удосконалення механізму активізації міжнародного бізнесу за допомогою ТПП України.

7. Орієнтовний перелік ілюстративного матеріалу: не менше 10 рисунків, та не менше 10 таблиць.

8. Орієнтовний перелік публікацій: не менше 1.

9. Консультанти розділів дисертації:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1			
2			
3			

10. Дата видачі завдання «12» вересня 2018

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання магістерської дисертації	Строк виконання етапів магістерської дисертації	Примітка
1.	Закріплення студента за науковим керівником магістерської дисертації	03.09.2018	
2.	Вибір теми магістерської дисертації та затвердження її на засіданні кафедри	05.09.2018	
3.	Розробка змісту магістерської дисертації та видача завдання науковим керівником	12.09.2018	
4.	Підписання завідувачем кафедри листа «Завдання на магістерську дисертацію студенту»	14.09.2018	
5.	Підбір літератури за темою дослідження та її аналіз	21.09.2018	
6.	Підготовка теоретичного розділу та	12.10.2018	

	погодження його змісту з науковим керівником		
7.	Проведення аналізу об'єкта економічного дослідження	02.11.2018	
8.	Узагальнення результатів аналізу та виявлення невикористаних резервів у діяльності досліджуваного об'єкту	06.11.2018	
9.	Завершення підготовки другого розділу	08.11.2018	
10.	Розробка та обґрунтування удосконалень, які є основою третього, рекомендаційного розділу	23.11.2018	
11.	Узагальнення отриманих наукових результатів всієї роботи та підготовка загальних висновків	30.11.2018	
12.	Оформлення магістерської дисертації та перевірка її науковим керівником	02.12.2018	
13.	Доопрацювання магістерської дисертації задля усунення виявлених керівником недоліків	04.12.2018	
14.	Проведення попереднього захисту та оформлення відгуку науковим керівником	06.12.2018	
15.	Подання магістерської дисертації для перевірки на плагіат і проходження нормоконтролю	08.12.2018	
16.	Надання магістерської дисертації рецензенту. Підготовка рецензентом офіційної рецензії за встановленим зразком.	10.12.2018	
17.	Підготовка доповіді та наочних матеріалів до захисту	15.12.2018	
18.	Захист магістерської дисертації перед ЕК	Згідно із затвердженим графіком	

Студент

(підпис)

Безвугляк Р.Ю.

(ініціали, прізвище)

Керівник роботи

(підпис)

Войтко С.В.

(ініціали, прізвище)

РЕФЕРАТ

Сторінок - 102	Рисунків - 24	Таблиць - 20
----------------	---------------	--------------

Дослідження на прикладі:	Торгово-промисловій палаті України.
Мета дослідження:	Метою дослідження є теоретичне обґрунтування, вироблення науково-методичних засад і практичних пропозицій, щодо посилення ролі торгово-промислових палат в Україні як інституцій стимулювання розвитку підприємництва.
Завдання дослідження	<ul style="list-style-type: none"> - дослідити та розвинути поняття «стимулювання розвитку підприємництва» з точки зору добровільних підприємницьких інституцій; - визначити теоретичні положення, сутність і функції торгово-промислових палат в Україні та порівняти їх з торговими палатами інших країн світу; - провести аналіз сучасного стану, результатів діяльності та рівня конкурентоспроможності послуг ТПП в Україні; - удосконалити науково-методичний підхід до оцінки ефективності торгово-промислових палат щодо стимулювання розвитку підприємництва; - та визначити елементи діяльності торгово-промислових палат, які мають найбільший вплив на показники прибутковості членів та клієнтів бази ТПП; - удосконалення механізму активізації міжнародного бізнесу за допомогою ТПП України.
Предмет дослідження:	є існуюча система економічних відносин, які виникають між ТПП та міжнародним бізнесом.
Об'єкт дослідження:	є організація процесу діяльності торгово-промислових палат як створених відповідно до законодавства України неприбуткових недержавних інституцій.
Наукова новизна	<p><i>удосконалено:</i></p> <p>– класифікацію функцій торгово-промислових палат, яка, на відміну від традиційної для наявних досліджень орієнтації на нормативно-правові акти, розподіляє їх за сферами впливу, що надає можливість дослідити функціональну специфіку торгово-промислових палат, порівняти їх з торговими палатами інших країн, визначити послуги ТПП, за допомогою яких реалізується кожна із функцій;</p> <p><i>дістали подальшого розвитку:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - поняття «стимулювання розвитку підприємництва», яке оглядається як прямий або опосередкований вплив на суб'єкти господарської діяльності, що призводить до позитивних тенденцій у підприємстві та реалізується через фінансово-

	<p>економічні, організаційно-правові та соціально-психологічні стимули;</p> <p>– оптимізація напрямів підвищення рівня ефективності торгово-промислових палат як інституційних механізмів стимулювання розвитку підприємництва, що базується на результатах розрахунку кореляційно-регресійної моделі та дозволяє визначати функції ТПП України, розвиток яких матиме позитивний вплив на збільшення клієнтської бази палати та на підприємництво в цілому.</p>
--	---

Ключові слова: торгово-промислова палата, мале та середнє підприємство, неприбуткова організація, розвиток підприємництва, результати діяльності ТПП України, міжнародний бізнес, оцінка економічного стану, оцінка діяльності.

АНОТАЦІЯ

Досліджено та розвинуто поняття «стимулювання розвитку підприємництва» з точки зору добровільних підприємницьких інституцій, а саме, з точки зору неприбуткової організації на прикладі Торгово-промислової палати України. Визначено теоретичні положення, сутність і функції торгово-промислових палат в Україні та порівняти їх з торговими палатами інших країн світу. Проведено аналіз сучасного стану, результатів діяльності та рівня конкурентоспроможності послуг ТПП в Україні. Використовуючи метод експертних оцінок конкурентоспроможності дійшли висновку, що послуги Торгово-промислової палати України мають високий рівень конкурентоспроможності (73%). Удосконалили науково-методичний підхід до оцінки ефективності торгово-промислових палат щодо стимулювання розвитку підприємництва та визначили елементи діяльності торгово-промислових палат, які мають найбільший вплив на показники прибутковості членів та клієнтів бази ТПП, в результаті розрахунків нами було отримано дві кореляційно-регресійні моделі, що допоможуть в прогнозуванні показників діяльності ТПП, а саме прогнозуванні чисельності виданих сертифікатів походження та чисельності членської бази ТПП України.

Ключові слова: торгово-промислова палата, мале та середнє підприємство, неприбуткова організація, розвиток підприємництва, результати діяльності ТПП України, міжнародний бізнес, оцінка економічного стану, оцінка діяльності.

Summary

The concept of "stimulating entrepreneurship development" from the point of view of voluntary business institutions, namely, from the point of view of a nonprofit organization, is analyzed and developed on the example of the Ukrainian Chamber of Commerce and Industry. The theoretical positions, the essence and functions of the chambers of commerce and industry in Ukraine and the comparison with the

chambers of commerce of other countries of the world are determined. The analysis of the current state, results of activity and level of competitiveness of CCI services in Ukraine is conducted. Using the expert judgment of competitiveness, it was concluded that the services of the Ukrainian Chamber of Commerce and Industry have a high level of competitiveness (73%). Improved scientific and methodological approach to assessing the effectiveness of chambers of commerce and industry in stimulating entrepreneurship development and identified the elements of the chambers of commerce and industry that have the greatest impact on the profitability indicators of TTP's members and clients, as a result of calculations, we obtained two correlation-regression models, which will help in forecasting the indicators of activity of CCI, namely forecasting the number of issued certificates of origin and membership of the TTP of Ukraine.

Key words: chamber of commerce and industry, small and medium enterprises, non profit organization, development of entrepreneurship, results of activity of CCI of Ukraine, international business, estimation of economic condition, evaluation of activity.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВИХ ПАЛАТ.....	13
1.1. Розвиток підприємництва та економічне зростання країни.....	13
1.2. Сутність торгово-промислових палат як спеціалізованих інституцій підприємницького розвитку.....	20
1.3. Методичні підходи до формування та розвитку моделей торгово-промислових палат країн світу.....	32
Висновки до розділу 1.....	41
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ НАПРЯМІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВИХ ПАЛАТ У СФЕРІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	44
2.1. Дослідження результатів діяльності торгово-промислових палат в Україні.....	44
2.2. Тенденції розвитку міжнародного бізнесу в Україні в умовах європейської інтеграції.....	56
2.3. Оцінювання діяльності торгово-промислових палат за послугами та за структурою діяльності.....	69
Висновки до розділу 2.....	76
РОЗДІЛ 3 ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВИХ ПАЛАТ ЯК ПРЕДСТАВНИЦЬКИХ ІНСТИТУЦІЙ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	78
3.1. Удосконалення методики оцінювання ефективності торгово-промислових палат на базі сучасних підходів до аналізу діяльності неприбуткових організацій.....	78
3.2. Напрями оптимізації діяльності торгово-промислових палат в Україні як інституцій стимулювання підприємництва.....	91
Висновки до розділу 3.....	98
ВИСНОВКИ.....	99
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	102

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток підприємницької діяльності та підприємництва загалом вважається значним фундаментом підйому національної економіки. Підтверджено істотну значимість малого і середнього підприємництва в збільшенні рівня зайнятості та рівня життя населення. На сьогоднішній день малий бізнес України становить понад 95,5% питомої ваги згідно з кількістю суб'єктів господарювання, забезпечує 15,8% в доданій вартості, 15,7% в обсягах реалізації і 28% зайнятих. Середні підприємства України є двигуном економічного зростання за рахунок значної частини у долі сукупної додаткової вартості (41,2%), обсяги реалізації продукції (41,3%) і великої частки зайнятих (42,4%).

Стрімкий розвиток економіки, що відбувається під впливом глобальних процесів як економічних, політичних, так і соціальних в умовах відкритості ринків і вільної конкуренції, зумовлює потребу у розробці та впровадженні реформаційних процесів з боку держаних органів влади з ціллю приведення у відповідність державної політики до сучасних реалів економічного середовища. Малий та середній бізнес в Україні вимагає особливої допомоги та здійснення виваженої політики з боку держави, виходячи з нестійкої економічної ситуації в країні на яку мають вплив негативні внутрішні та зовнішні чинник.

Досвід багатьох країн світу показує, що стимулювання до розвитку та захист інтересів підприємництва мають такі некомерційні добровільні об'єднання як: торгово-промислові палати, економічні самоорганізації, членські асоціації.

Огляд літератури. Величезний внесок у розвиток теоретичних основ та практичних рекомендацій із розвитку підприємництва відображено в працях таких відомих вчених: С. В. Войтко [20], В. Г. Герасимчук [59], З. С. Варналій [1], Ю. В. Горбатенко [2], А. В. Дакус [3], О. Г. Денисюк [4], П. В. Єгоров [5], А. Ю. Зудін [6], В. Ф. Іванюта [7], М. І. Крупка [8], Б. А. Райзберг

[9], С. Реверчук [10], О. Р. Романенко [11], В. Я. Швець [12], що присвячені діяльності торгово-промислових палат як неприбуткових організацій. Однак, роль у стимулюванні підприємництва з боку торгово-промислових палат в Україні є недостатньо дослідженою. Тому, потреба у розробленні теоретичних положень і практичних рекомендацій для подальшого розвитку ТПП в Україні, підвищенні їх ефективності у стимулювання підприємництва зумовили вибір теми магістерської дисертації та її актуальність.

Метою роботи є теоретичне обґрунтування, вироблення науково-методичних засад і практичних пропозицій, щодо посилення ролі ТПП в Україні як інституцій стимулювання розвитку підприємництва.

Досягнення поставленої мети зумовило за необхідності розв'язати такі **завдання:**

- дослідити та розвинути поняття «стимулювання розвитку підприємництва» з точки зору підприємницьких організацій, що діють на добровільних засадах;
- визначити основні теоретичні положення, сутність і функції торгово-промислових палат в Україні та зробити порівняльний аналіз їх діяльності з торговими палатами інших країн світу;
- зробити аналіз сучасного стану, рівня конкурентоспроможності послуг та фінансових результатів діяльності ТПП в Україні;
- удосконалити науково-методичний підхід до оцінки ефективності діяльності торгово-промислових палат щодо стимулювання розвитку підприємництва; та визначити елементи діяльності торгово-промислових палат, які мають найбільший вплив на показники прибутковості членів та клієнтів бази ТПП;
- удосконалення механізму активізації міжнародного бізнесу за допомогою ТПП України.

Об'єктом дослідження є організація процесу діяльності ТПП як створених відповідно до законодавства України неприбуткових інституцій.

Предметом дослідження є існуюча система економічних відносин, які виникають між ТПП та міжнародним бізнесом.

Методи дослідження. У магістерській дисертації було використано наступні методи: методи теоретичного узагальнення, логічного аналізу та синтезу – для визначення поняття «стимулювання розвитку підприємництва»; системний підхід – для визначення місця та ролі торгово-промислових палат у стимулюванні розвитку підприємницької діяльності; метод експертних оцінок – для визначення рівня конкурентоспроможності ТПП України; метод статистичного та кореляційного аналізу використаний при аналізі показників діяльності торгово-промислової палати та визначенні рівня залежності обсягів членської бази палати від кількості суб'єктів господарювання України.

Наукова новизна результатів дисертації полягає в удосконаленні теоретико-методичних положень, що пов'язані з діяльністю ТПП та розробці практичних рекомендацій, що направлені на підвищення їх ефективності у стимулюванні міжнародної підприємницької діяльності.

Основними результатами, що характеризують наукову новизну дисертації, є такі:

удосконалено:

— класифікацію функцій торгово-промислових палат, яка, на відміну від традиційної для наявних досліджень орієнтації на нормативно-правові акти, розподіляє їх за сферами впливу, що надає можливість дослідити функціональну специфіку торгово-промислових палат, порівняти їх з торговими палатами інших країн, визначити послуги ТПП, за допомогою яких реалізується кожна із функцій;

дістали подальшого розвитку:

— таке поняття, як «стимулювання розвитку підприємництва», що розглядається як прямий або опосередкований вплив на суб'єкти господарської діяльності та призводить до позитивних тенденцій у

підприємстві і реалізується через економічні, правові та соціальні стимули;

— оптимізація напрямів підвищення рівня ефективності торгово-промислових палат як інституційних механізмів стимулювання розвитку підприємництва, що базується на результатах розрахунку кореляційно-регресійної моделі, що дозволяє визначати функції Торгово-промислової палати України, розвиток яких матиме позитивний вплив на збільшення клієнтської бази палати та на підприємництво в цілому.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВИХ ПАЛАТ

1.1. Розвиток підприємництва та економічне зростання країни.

Визначення місця та функцій підприємництва, його значущості в економічному розвитку держави є актуальним питанням сучасної економіки. Воно стало передумовою для написання багатьох наукових робіт як іноземними, так і вітчизняними економістами.

Вивченням особливостей підприємництва в сучасних умовах національної та світової економіки займаються такі вітчизняні та зарубіжні економісти: З. С. Варналій [1], В. М. Геєць, Ю. В. Горбатенко [2], А. В. Дакус [3], О. Г. Денисюк [4], П. В. Єгоров [5], А. Ю. Зудін [6], В. Ф. Іванюта [7], М. І. Крупка [8], Б. А. Райзберг [9], С. Реверчук [10], О. Р. Романенко [11], В. Я. Швець [12], С. В. Войтко [20], В. Г. Герасимчук [59]. На сьогоднішній день існує чимало підходів до визначення суті підприємництва. Так, в широкому значенні підприємництво являє собою незалежну роботу людей, які організовують виробництво або торгівлю, тобто мають власну справу, що дає дохід.

Напротязі XVII–XIX ст. вагомий внесок у вивчення розглядуваної теми зробили такі вчені, як К. Маркс, А. Сміт, Ж.-Б. Сей та Й. Шумпетер. Так, Ж.-Б. Сей у праці «Трактат політичної економії» (1803 р.) визначає підприємця як організатора інших людей у межах певної виробничої одиниці. А. Сміт у роботі «Дослідження про природу і причини багатства народів» (1776 р.) пов'язує підприємництво з діяльністю, що, у свою чергу, пов'язана з ризиком, на який іде підприємець заради одержання прибутку. Разом із тим підприємець самостійно планує, організовує виробництво та

розпоряджається отриманим доходом. К. Маркс розглядав підприємця з класових позицій — як капіталіста й експлуататора [10, с. 42; 65, с. 13].

Слід також розглянути, як трактується це поняття вітчизняними вченими. В словнику Й.С. Завадського підприємництво тлумачиться як окремий вид діяльності, самостійна ініціативна діяльність на власний ризик, що ґрунтується на вкладанні власних коштів, використанні існуючих і створенні нових можливостей із метою одержання прибутку [13, с. 230; 65, с. 14].

Відповідно до Закону України «Про підприємництво» підприємництво — це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність із виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг із метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності в порядку, встановленому законодавством [15; 65, с. 15].

За результатами досліджень, можна зробити висновок, що підприємництво слід розглядати в кількох аспектах, зокрема таких:

- форма економічної діяльності – самостійність, ініціативність, націленість на отримання прибутку, а також свобода у виборі напрямів і методів діяльності, несе відповідальність за прийняття рішень, їх можливі наслідки та пов'язаний із ними ризик;

- відповідні особисті характеристики та поведінка підприємця – ініціативність, пошук нетрадиційних авторських рішень, формування іміджу, орієнтація на досягнення успіху, широке мислення та швидка адаптація до змін оточуючого середовища;

- особлива функція в національній економіці – має вплив на оновлення економіки, на створення інноваційної сфери, на самозайнятість населення та вплив на забезпечення у створенні нових робочих місць [65, с. 15].

З урахуванням зазначених складових розглядуваного поняття, можна сформулювати таке визначення підприємництва: це самостійна, ініціативна,

постійна діяльність господарства, що проводиться суб'єктами господарської діяльності на власний ризик у рамках національного законодавства, виокремлюється авторським баченням та інноваційними підходами до роботи та становить за мету отримання прибутку, та як наслідком — економічні та соціальні результати [65, с. 15].

Отже, передусім розглянемо термін «розвиток». У філософському словнику поняття «розвиток» тлумачиться як закономірні якісні зміни матеріальних та ідеальних об'єктів [16, с. 492]. Існує також трактування його як якісної та/або кількісної зміни суті, якостей, властивостей явища, предмета чи об'єкта, у результаті чого виникає більш ідеальне, сучасне, нове, удосконалене, прогресивніше явище, предмет або об'єкт [17; 65, с. 15].

Доктор економічних наук, професор А. В. Дакус вважає, що розвиток — це підвищення складності системи; поліпшення пристосовуваності до зовнішніх умов; збільшення масштабів явища; кількісне зростання економіки та якісне покращення її структури; соціальний прогрес [3; 65, с. 16].

Розвиток — це процес, за якого збільшуються можливості та бажання індивіда задовольняти свої бажання й потреби інших людей; це підвищення рівня здібностей і потенціалу людини, а не придбання матеріальних благ; це, швидше, питання мотивації, знань, розуміння та мудрості, аніж багатства. Розвиток більш тісно пов'язаний із якістю, ніж із рівнем життя [18; 65, с. 16].

Можна зробити висновок, що розвиток підприємництва є тією умовою економічного розвитку держави, яка не тільки забезпечує ріст економіки, а й гарантує її конкурентоспроможність, стимулює розвиток суспільства і сприяє самореалізації населення. Саме тому, на сьогодні економічний розвиток держав в умовах демократії в основному здійснюється за допомогою розвитку підприємництва. Тому, важливим є проаналізувати ключові функції, які здійснює підприємництво в економіці і суспільстві в процесі ведення господарської діяльності та розвитку:

1. Загальноєкономічна функція. Підприємництво орієнтоване на виробництво товарів, виконання робіт, надання послуг і доведення їх до певних споживачів: населення, інших підприємців, держави.

Розвиток підприємництва гарантує позитивну динаміку всіх фінансових показників країни і здійснює структурну перебудову економіки держави: сприяє збільшенню ВВП і наповнення державного бюджету, гарантує гнучкість структури ринків, врегулювання попиту, пропозиції та цін, насичення ринків, задоволення специфічних місцевих потреб.

Особливістю економіки України є порівняно невелика частка малого бізнесу, яка у 2017 році у валовій доданій вартості (ВДВ) становила 15,7% (у тому числі частка мікробізнесу — 4,8%). Це значно менше, ніж у Європейському Союзі (ЄС), де частка малого бізнесу у ВДВ становила 39,4% (у тому числі частка мікробізнесу — 21,1%) [65, с. 17].

Водночас спостерігається значна питома вага середніх за розміром суб'єктів господарювання в загальному обсязі доданої вартості продукції. Порівняно з попередніми роками, середні підприємства стають рушіями національної економіки. Така тенденція перш за все зумовлена не збільшенням їх ефективності, а зниженням показників великих підприємств, які зазнали значного негативного впливу політичної та економічної кризи 2013–2014 рр. (рис. 1.1).

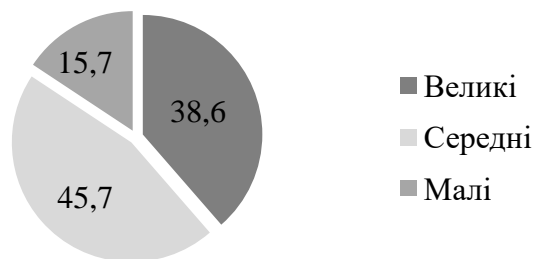


Рис. 1.1. Частка підприємств різного розміру в доданій вартості за витратами виробництва підприємств України у 2017 році, %

Джерело: складено автором на основі даних [19].

Як свідчить світовий досвід, існування та оптимальне співвідношення великих, середніх і малих підприємств є запорукою ефективного розвитку економіки. Розвиток малого бізнесу в Україні на даний час повинен стати одним із пріоритетних напрямів політики, оскільки надає змогу вирішити низку проблем не лише економічного, а й соціального характеру. Мале підприємництво, яке безперервно вдосконалюється, є найбільш динамічним елементом структури національного господарства[20].

У країнах ЄС кількість мікропідприємств у 2017 році становила 87,1%, малих — 6,6%, середніх — 1,1%, великих — 0,2%; сектор малих та середніх підприємств має 98% від загальної кількості підприємств. З 2012 р. в Україні була прийнята та почала діяти класифікація підприємств за розміром відповідно до стандартів ЄС [65, с. 17].

Так, до мікропідприємств відносять підприємства з кількістю працівників менше 10 осіб та річним оборотом, який не перевищує 2 млн євро; до малих — якщо від 10 до 99 осіб персоналу та не більше 10 млн євро річного обороту; до середніх — коли від 100 до 250 осіб персоналу та не більше 50 млн євро річного обороту.

У США у 2016 році в США частка мікропідприємств становила 90%, малих — 6,4%, середніх — 1%, великих — 2,6% [21, с. 7]. Наявність великої кількості суб'єктів малого та середнього підприємництва забезпечує демонополізацію ринку, сприяє приватизації та роздержавленню економіки, стимулює інноваційну діяльність, забезпечує здорову конкуренцію та дає можливість національній економіці бути більш стабільною, пристосованою до зовнішніх і внутрішніх факторів [65, с. 18].

2. Ресурсна функція. Вона тісно пов'язана з загальноекономічною і містить в собі ефективні фактори виробництва та фінансові ресурси. Новаторство, свідомий ризик і відповідальність за прийняті підприємцем рішення з метою отримання найбільшого прибутку передбачають раціональне використання відтворюваних і невідтворюваних ресурсів [65, с. 18].

Потрібно зауважити, що 4,8% від загального обсягу реалізації продукції в Україні реалізують мікропідприємства та 28,2% — малі (рис. 1.2).

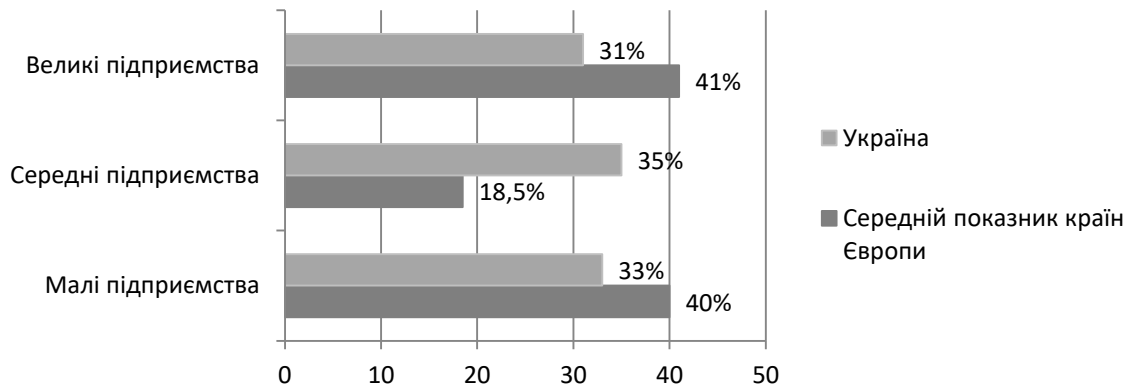


Рис. 1.2. Обсяг реалізації продукції за розміром підприємств у 2017 р.

Джерело: складено автором на основі даних [22;23].

МСП найбільш гнучко та швидко пристосовуються до найменших змін у кон'юктурі ринку (як національного, так і глобального), тим самим забезпечуючи конкурентоспроможність продукції і її відповідність постійно змінюваним запитам споживачів. У порівнянні з великими компаніями, МСП успішніше функціонують в умовах індивідуалізації пропозиції та диференціації попиту.

3. Організаторська функція. Вона проявляється в волі вибору типу комерційної діяльності, незалежності і самостійності господарюючих суб'єктів, умінні сформувати колектив, гарантувавши створення нових робочих місць [65, с. 19].

4. Політична функція. Вона реалізується через відносини з приводу володіння, користування та розпоряджання засобами виробництва й продуктами праці, які, крім майнових і правових аспектів, завжди мали соціальний, етичний і політичний відтінки відносин між елементами внутрішнього та зовнішнього підприємницького середовища [65, с. 19].

5. Соціальна функція. Мале підприємництво є інструментом самозайнятості населення і в той же час формує нові робочі місця, збільшує ділову активність і рівень життя населення, служить засобом подолання

прихованого безробіття. З наведених нами в діаграмі даних про зайнятість на малих фірмах України можна зробити висновок, що 11,6% становлять зайняті на мікропідприємствах і 15,5% — на інших малих підприємствах (рис. 1.3) [65, с. 20].

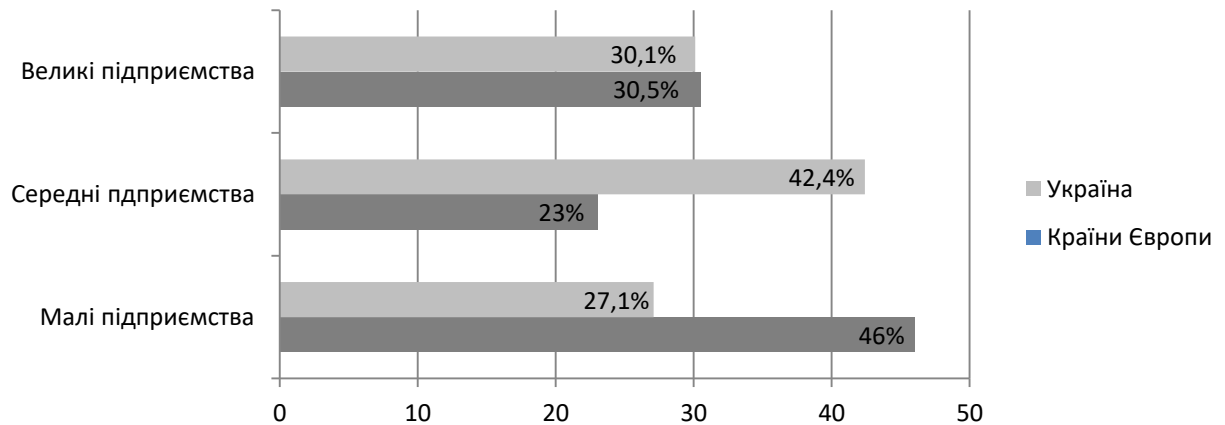


Рис. 1.3. Кількість зайнятих працівників у % до загальної кількості зайнятих працівників станом на 2017 р.

Джерело: складено автором на основі даних [22; 23].

Також слід зауважити, що розвиток підприємництва підвищують ділову активність населення, а найбільше — середнього класу, який є соціальною базою для економічних реформ.

6. Творча функція. Вона пов'язана з реалізацією оригінальних поглядів і підходів до прийнятих рішень, технологій, інновацій. Слід підсумувати економічні властивості, які в сукупності формують фінансовий потенціал сектора МСП. Таким чином, до них належать: здатність відносно швидко створювати робочі місця, в тому числі для співробітників, що звільняються з великих компаній; еластичність в плані пристосування до нових ринкових умов, має особливе значення в період глибоких структурних трансформацій; великий інноваційний потенціал МСП завдяки вузькій спеціалізації виробництва; можливості формування нових секторів економіки, що володіють інноваційним характером; ідентифікувати нові

ринки за допомогою можливості розширення виробництва і виходу на зовнішні ринки збуту [24].

Провідні міжнародні рейтинги дають різні оцінки стану економіки та бізнес-середовища в Україні — від помірних до негативних. Україна посідає 162 місце зі 178 можливих у за Індексом економічної свободи «Index of Economic Freedom» що оприлюднено Heritage Foundation у 2017 р. [25]. За Індексом трансформації Фонду Бертельсманна «Bertelsmann Stiftung Transformation Index», який оцінює розвиток перехідних економік у напрямі розвитку демократії та ринкової економіки, Україна у 2014 р. зайняла 57 позицію зі 129 можливих [26]. Відповідно до Індексу глобальної конкурентоспроможності «Global Competitiveness Index», оприлюднений Світовим економічним форумом у 2016 р., Україна на 76 місці зі 144 можливих [27]. Деякі рейтинги Україні відводять дещо кращу позицію. Зокрема, у рейтингу легкості ведення бізнеса «Doing Business», оприлюдненого групою Світового банку у 2016 р. [28], який оцінює регуляторне середовище та адміністративне навантаження діяльності МСП, Україну розміщено на 83 сходинці зі 189 можливих (у 2015 р. Україна посідала 91 місце). На відміну від інших рейтингів, він є більш сфокусованим на умовах для розвитку підприємництва та включає в себе 10 складових критеріїв оцінки [65, с. 24].

Найбільш близькими до України за рейтингом Doing Business – 2016 є Саудівська Аравія, що займає 84 місце, та Бруней — 82 місце. Що стосується географічних сусідів нашої держави, вони мають кращі показники: Польща — на 25 місці, Білорусь — на 44-му, Росія — на 51-му, Молдова — на 52-му. Склад першої п'ятірки рейтингу залишається майже незмінним протягом останніх 5 років: це Сінгапур, Нова Зеландія, Данія, Південна Корея та Гонконг.

У процесі аналізу сформовано основний набір показників, які говорять про ступінь розвитку підприємництва в цілому і МСП зокрема. Серед них — частка компаній в доданій вартості і в реалізації продукції,

число зайнятих на підприємствах, число суб'єктів господарювання на 10 тис. мешканців країни, поділ підприємств згідно типам економічної діяльності тощо. Визначено, що в даний час найбільш комплексним ознакою якості становлення підприємницького середовища нашої держави вважається її місце в міжнародних рейтингах фінансово-кредитних та інших міжнародних організацій, з числа яких — показник легкості ведення бізнесу Світового банку.

1.2. Сутність торгово-промислових палат як спеціалізованих інституцій підприємницького розвитку.

Вдале здійснення ринкових перетворень в Україні, її інтеграція в світове та європейський народногосподарський простір багато в чому залежать від стійкості розвитку підприємництва [28].

У державах з ліберальною фінансовою політикою заохочуються механізми самоврядування підприємництва, які враховують можливість для його представників впливати на проведення окремих заходів, вивчити проблемні питання галузі та звертатися в апарати уряду з пропозиціями щодо введення реформ, модифікацій в законодавство тощо. З метою організації подібної діяльності слід створити окремі інституціональні майданчики — добровільні спілки підприємств, від імені яких здійснюється подібна діяльність.

Називаючи торгово-промислові палати в Україні «інституціями», слід підкреслити соціальні передумови їх формування та основоположну історичну мету їх створення — захист підприємців та стимулювання розвитку підприємництва. У той же момент, це ніяк не виключає ймовірності застосування терміна «інститут» і «організація» щодо діяльності ТПП, адже за час існування в Україні торгово-промислові палати отримали всі необхідні організаційні ознаки.

Зазначимо, що згідно зі ст. 3. п. 2 Закону України «Про громадські об'єднання» №4572-17 від 01.01.2013 р. кожна особа має право «на вільну участь або неучасть у громадському об'єднанні, у тому числі в його утворенні, вступі в таке об'єднання або припиненні членства (участі) в ньому.» [30], що таким чином забезпечує для підприємців можливість об'єднання зусиль для відстоювання своїх інтересів [65, с. 34].

Метою утворення подібних організацій є рішення задач і оптимізація діяльність бізнесу: поліпшення ефективності застосування матеріальних, фінансових та інших ресурсів на базі об'єднання старань і засобів, організації колективної діяльності, кооперації, а крім того проведення інших заходів виробничого, бізнесменського або природоохоронного характеру [6, с. 63]. Подібні об'єднання надають учасникам великий спектр бізнес-послуг, інформацію, займаються підготовкою та підвищенням кваліфікації співробітників, організовують заходи соціального розвитку. Та першорядна мета створення добровільних товариств — здійснення впливу на державну регуляторну політику, як стає можливим завдяки принципу прозорості та врахування громадської точки зору. Таким чином, Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» від 11 вересня 2003 року №1160-IV дає можливість істотно поліпшити ефективність участі громадян, неурядових інституцій, суб'єктів господарювання та їх об'єднань на формування та здійснення державної політики як на центральному, так і місцевому рівнях [31; 65, с. 34].

За даними Міністерства юстиції України, у нашій країні на кінець 2016 року було зареєстровано 61090 центральних органів громадських об'єднань, із них професійних спілок — 4142. З цього випливає, що добровільні об'єднання підприємств є досить важливим елементом в структурі підтримки підприємництва. У практиці багатьох країн світу такі об'єднання показують здатність і бажання ефективно співпрацювати з владою та ставлять за мету розбудову умов для успішного ведення підприємницької діяльності шляхом активної співпраці своїх представників у

складі рад, комітетів, комісій, що створюються при інститутах законодавчої та виконавчої влади на різних рівнях. Цим самим, вони стараються впливати на рішення, які стосуються підприємництва, брати активну участь у підготовці нових реформ [32, с. 163].

Світовий досвід та історія розвитку ТПП у багатьох країнах дозволяє виділити дві основні функції цих інституцій стосовно розвитку підприємництва:

1. Функція представництва. Ця функція передбачає представництво і захист загальних інтересів членів або ж абсолютно всіх суб'єктів підприємництва на території компетенції певної територіальної або національної палати. По суті, представницька функція — це комплекс регулярно виконуваних заходів палати, націлених на формування позитивного іміджу підприємницького товариства, доведення загальної точки зору бізнесу до відома органів державної виконавчої влади та громадськості, формування гарного ділового клімату.

2. Ділові послуги. Ця функція відповідає за надання суб'єктам господарювання комплексу послуг, що допомагають їм в організації та веденні бізнес процесів (наприклад, експертиза, оцінка майна, організація виставок, ділових поїздок). Зазвичай, перелік ділових послуг визначається відповідним нормативним актом і уставом організації. Ці послуги надаються на конкурентній основі [33; 65, с. 36].

В економічно розвинених країнах Європи ТПП виконують функції саморегульованого органу, який допомагає підприємцю на всіх етапах його розвитку та діяльності [34, с. 106–108]. У країнах, де ТПП є складовою державного апарату або мають нормативно-правовий взаємозв'язок з ним, вони здійснюють делеговані державою функції або надають окремі послуги, перелік яких, визначається відповідними нормативними актами. У Німеччині це послуги в галузі професійно-технічної освіти, в Австрії — делегування національних виробників на зовнішні ринки за допомогою закордонних

торгово-економічних місій, в Україні — надання сертифікатів походження і висновків про настання форс-мажорних обставин.

Переходячи від світових до вітчизняних реалій, зазначимо, що ж являють собою торгово-промислові палати в Україні. Згідно із Законом України «Про торговопромислові палати в Україні» торгово-промислова палата визначається як недержавна неприбуткова самоврядна організація, яка на добровільних засадах об'єднує юридичних осіб і громадян України, зареєстрованих як підприємці, а також їх об'єднання [35]. Таку ж місію, мету та функції мають і інші палати країн пострадянського простору. Так, відповідно до Закону Російської Федерації від 7 липня 1993 року «торгово-промислова палата є недержавною некомерційною організацією, яка об'єднує російські підприємства та російських підприємців» [36]. Ширше трактування дає Закон Республіки Білорусь від 16 червня 2003 року: «Торгово-промисловою палатою визнається добровільне об'єднання юридичних осіб та індивідуальних підприємців, яке є недержавною некомерційною організацією, створеною з метою сприяння розвитку підприємницької діяльності в Республіці Білорусь, інтегрування її економіки у світову господарчу систему, створення сприятливих умов для укріплення зовнішньоекономічних зв'язків суб'єктів підприємницької діяльності з іноземними партнерами» [37]. У центрі міжнародного приватного підприємництва, що знаходиться у США, визначають торгові палати як особливі членські організації, що представляють інтереси бізнес-спільноти та складаються з юридичних осіб та окремих підприємців, що ведуть свою підприємницьку діяльність у таких сферах як: торгівля, промисловість та надання послуг [38, с. 3; 39; 65, с. 37].

На дуалізм функціонування цієї інституції в Україні слід звернути увагу. Будучи створена законом і наділена певними монопольними функціями, у першу чергу щодо видачі сертифікатів походження товарів, вона у той же час є недержавною та неурядовою інституцією. З одного боку, торговопромислова палата є бізнес-асоціацією (БА) і має на меті

представництво інтересів бізнесу і налагодження його діалогу з владою, а з іншої — відповідно до статуту вона зобов'язана забезпечувати ефективне впровадження загальнодержавної політики. Незважаючи на те що торгово-промислова палата сформована для бізнесу, вона безпосередньо співпрацює з усіма державними органами на всіх рівнях і здійснює узгоджені з державою функції. Однак, у відмінності від урядових органів, вона не має ні стимулюючих, ні регулюючих або контролюючих функцій. Відповідно до своїх функцій у сфері розвитку підприємництва Торгово-промислова палата України є БА.

Відповідно до пункту 2 Статуту ТПП України «Цілі, завдання та функції ТПП» ця інституція «створена з метою сприяння розвитку народного господарства та національної економіки, її інтеграції у світову господарську систему, формуванню сучасних промислової, фінансової і торговельної інфраструктури, створенню сприятливих умов для підприємницької діяльності, всебічному розвитку усіх видів підприємництва, не заборонених законодавством України, науково-технічних і торговельних зв'язків між українськими підприємцями та підприємцями зарубіжних країн, здійснює представницькі функції як в Україні, так і за її межами відповідно до Закону України «Про торгово-промислові палати в Україні» [42, с. 4; 65, с. 38].

Здійснюють торгово-промислові палати свої завдання і функції за допомогою надання великого діапазону послуг для бізнесу: сприяють формуванню ринкової інфраструктури в регіонах, навчають фахівців, патентують винаходи, декларують товари, виконують заявки на переклади, торговельні марки, здійснюють товарну експертизу, влаштовують виставки, формують і видають довідкові та інформаційні матеріали, гарантують обслуговування зарубіжних компаній, надають послуги з штрих-кодування та інше.

Робота Торгово-промислової палати України в міжнародному просторі здійснюється за допомогою функціонування 34 міжнародних

ділових рад, заснованих з метою розширення ділових контактів, партнерства, сприяють просуванню українського бізнесу на зарубіжні ринки і залучення іноземних потоків інвестицій в Україну. Форматами діяльності ділових рад є конференції, міжнародні підприємницькі форуми, ділові місії українських бізнесменів за кордон та іноземних — в Україну. Співучасть представників Торгово-промислової палати України в засіданнях міжурядових комісій дає можливість надавати свої пропозиції щодо майбутніх шляхів її становлення. Торгово-промислова палата України є учасником Міжнародної торгової палати і Всесвітньої федерації палат, Центрально-європейської ініціативи торгових палат, Асоціації торгово-промислових палат Європи, Ділової ради Чорноморського економічного партнерства.

Отже, можна виділити основні функції і напрями роботи ТПП:

1. Представництво і захист інтересів підприємців (підприємництво — держава). Це класична функція для всіх торгових палат світу. Вона має на меті налагодження впливу підприємницького сектору на державну політику, зокрема за допомогою консолідацію позиції підприємництва і його подання уряду на державному рівні. Реалізується дана функція за допомогою таких послуги ТПП України: налагодження комунікації з членами, різноманітні анкетні опитування, залучення до громадських дискусій, через діяльність профільних комітетів, організація зустрічей представників органів державної виконавчої влади з бізнесом тощо.

2. Розбудова бізнес-середовища та налагодження бізнес-контактів (бізнесбізнес). Ця функція має на меті активізацію підприємницьких процесів як на державному, так і міжнародному рівнях, інтеграцію вітчизняного середовища до міжнародної економіки і, як підсумок, стимулювання до розвитку національної економіки в цілому.

Реалізується дана функція шляхом проведення різноманітних виставок та ярмарків, організації візитів підприємницьких делегацій за кордон, бізнес виставок та форумів, економічних та правових конференцій, симпозиумів, проведення презентацій потенціалу нашої держави для

іноземних інвесторів, надання інформаційної запереченості експортерам щодо нових можливостей, публікації комерційних пропозицій, надання консультативних послуг щодо виходу вітчизняних компаній на закордонні ринки.

3. Підтримка підприємницької діяльності та надання ділових послуг. Ця функція забезпечує надання професійних операційних послуг для підприємців.

Реалізується дана функція шляхом видачі сертифікатів походження товарів, сертифікатів, що засвідчують форс-мажорні обставини, карнетів АТА, проведення різного роду лабораторних експертиз, юридичної консультації щодо контрактів, легалізацію прав власності, переклади, навчання та підвищення кваліфікації працівників, штрих-кодування, та інше. [43].

Встановивши ключові аспекти, сферу діяльності ТПП в Україні, а крім того їх функції в сфері розвитку підприємництва, слід перейти до визначення характеру впливу, здійснюваного ТПП в Україні на розвиток підприємницької діяльності.

Розглянемо стимулювання розвитку підприємницької діяльності за його видами з метою визначення місця ТПП у цьому процесі (рис. 1.4.).

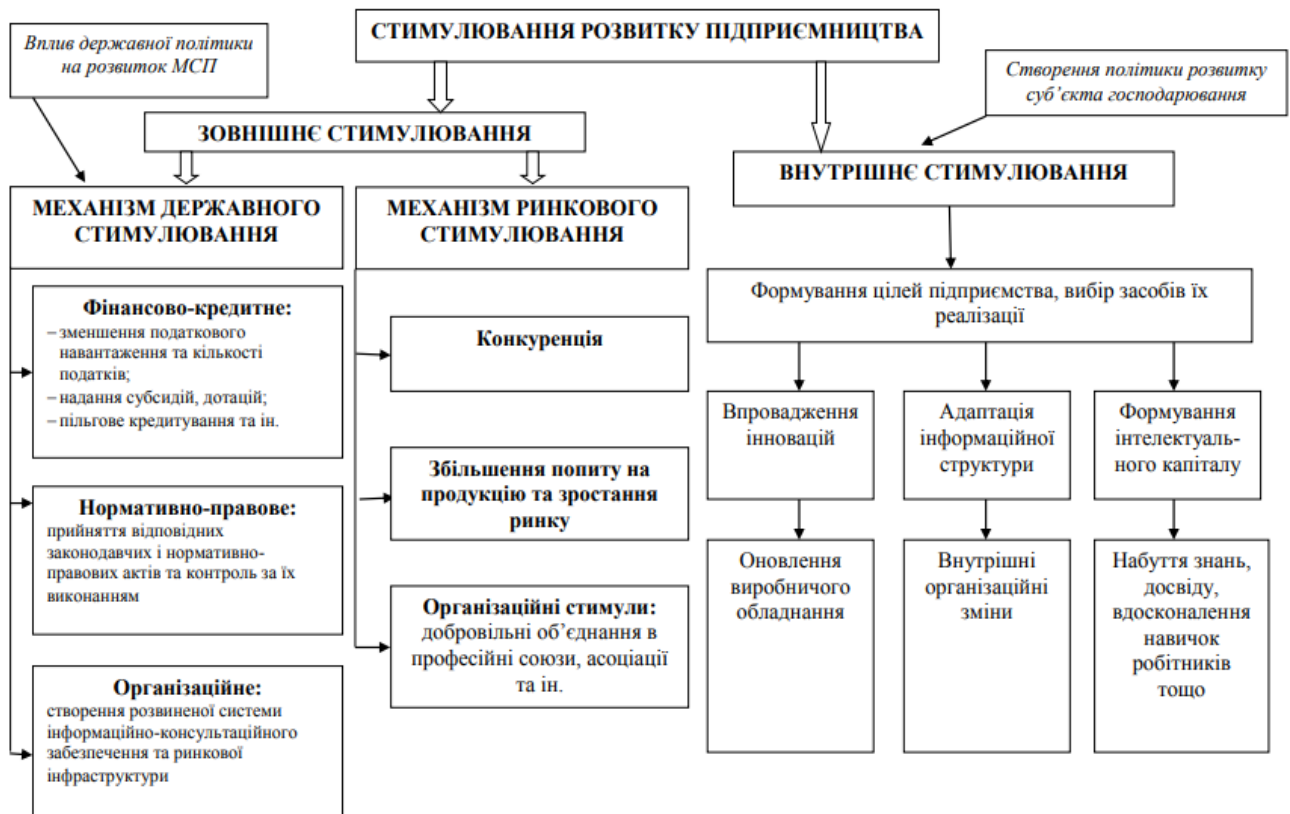


Рис. 1.4. Види стимулювання розвитку підприємництва

Джерело: складено автором на основі даних [44, с. 52].

Таким чином, за класифікацією, Н. С. Криштофом, серед видів зовнішнього стимулювання можна виділити два основних: ринок і державу [44, с. 45; 46]. В залежності від ступеня впливу кожного з них слід сказати про рівень ринковості економіки країни та лібералізації її політики. (рис. 1.4). Відповідно до наведеної класифікації діяльність ТПП в Україні належить до організаційних стимулів — ринкового зовнішнього механізму, який сприяє розвитку підприємництва за межами управлінських заходів. Подібна роль ТПП в Україні обумовлюється їх правовим статусом — це недержавні установи, в яких забезпечуються вільні основи членства, а таким чином, активність даних інститутів характеризується як ринковий механізм. До внутрішніх типів стимулювання зараховуємо мотивацію і підприємливість самого суб'єкта підприємництва, а крім того інші заходи, які покращують його роботу. Внутрішнє стимулювання насамперед залежить від управління

підприємством, його стратегій та керівних положень і містить в собі подібні елементи, як впровадження інновацій, адаптування інформаційної структури і розвитку інтелектуального капіталу, проте Палати за допомогою надання послуг (інформативних, навчання та ін..) можуть бути засобом застосування такого варіанту стимулювання [65, с. 43].

Розглянувши види стимулювання розвитку підприємництва більш ширше і виокремивши закономірні зв'язки між ними і ключовими напрямками діяльності Торгово-промислових палати України, можна виділити потенціал даного інституту в розвитку інших різновидів стимулювання за допомогою надання послуг, безпосередньо: підтримки у внутрішньому стимулюванні компаній за допомогою просування інновацій, надання інформативних послуг, проведенні підготовка і зростанні кваліфікації персоналу. Проаналізувавши національне стимулювання, що відповідно до видів належить до зовнішніх елементів, звернемо нашу увагу на схожість ключових його частин з факторами розвитку підприємництва, що були приведені нами раніше (див. табл. 1.4). Це, з іншого боку, являє собою показником істотного потенціалу на вплив урядового апарату на всю диверсифікації умов розвитку підприємництва, в той же час покладає на уряд відповідальність за здійснення ефективної і зваженої політики, а крім того своєчасне реагування на потреби бізнесу. З іншого — подібна спрямованість говорить про те, що ТПП за допомогою здійснення власної діяльності дуже впливають на те саме поле показників розвитку підприємництва, що і державний апарат, але, на різницю від нього, не володіють прямими управлінськими важелями впливу на нього [65, с. 43].

Класифікація форм стимулювання розвитку підприємництва (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Форми стимулювання підприємництва

Джерело: складено автором на основі даних [31, с. 75, 76; 5, с. 212];

Як можемо побачити, у приведеній класифікації також відбувається аналіз елементів — форм стимулювання розвитку підприємницької діяльності — відповідно до трьох ключових аспектів: економічним, організаційно-правовим та соціальним. Діяльність ТПП відображає кожна з конфігурацій: фінансові стимули — за допомогою залучення інвестицій; організаційні — за допомогою сприяння в розробці нормативної бази та забезпечення інформативних послуг; соціальні — за допомогою популяризацію підприємництва серед населення. Виходячі зі сказаного, можемо зробити заключення, що подібна класифікація вважається більш універсальною для дослідження середовища розвитку підприємництва [45].

Також доцільним є детальніше розглянути новий елемент класифікації — стимулювання розвитку підприємництва шляхом залучення до

управління. Під ним слід розуміти можливість суб'єктів господарської діяльності впливати на державну політику. Запорукою здійснення такого роду форми стимулювання розвитку підприємництва є демократичний суспільно-політичний режим держави, що забезпечує як безпосередній, так і опосередкований вплив народу на процеси управління країною [46]. Проаналізовано в нашій роботі НПА, які забезпечують можливість мешканців України на об'єднання, говорять про наявність законних причин для здійснення даної форми впливу в державі. Беручи до уваги, те що ТПП, в свою чергу, являє собою однією з форм добровільного об'єднання підприємницької спільноти та їх головна функція — представництво і захист інтересів підприємця, можемо зробити висновок про особливості даної форми стимулювання розвитку, а крім того участь подібних інститутів в забезпеченні її реалізації. Безсумнівно, те, що дана форма є найпоширенішою серед країн світу — представниць ринкової економіки за допомогою її здатності гарантувати сприйнятливість і відповідність загальнодержавній політиці актуальним потребам ринку [47].

Підсумовуючи результати проведеного дослідження, можна зазначити, що ТПП в Україні — це створені на законодавчому рівні недержавні членські інституції, що забезпечують виконання трьох головним функціям у сфері розвитку підприємництва: представляють та захищають інтереси бізнесменів, стимулюють до розвитку підприємництва у бізнес-середовищі та допомагають у налагодженні бізнес-контактів з супровідом підприємців під час проведення ними господарської діяльності.

Також дійшли висновку, що ТПП України не володіє адміністративними важелями впливу на сам процес розвитку підприємництва, адже її рішення мають винятково рекомендаційний характер, проте її діяльність реалізуються за допомогою надання ряду послуг, що у комплексному характері покращують становище підприємництва.

Вплив на розвиток підприємництва цією інституцією в Україні може надаватися лише демократичним шляхом, а саме, через:

- об'єднання суб'єктів господарювання та консолідацію їх думок й інтересів;
- координацію діалогу представленого ТПП підприємництва з урядом;
- розвиток бізнес-зв'язків на національному та міжнародному рівнях;
- інформаційну підтримку, надання консультаційної допомоги та бізнеспослуг.

Але, беручи до уваги результати нашого дослідження, назване раніше ніяк не применшує можливості участі ТПП в процесах розвитку підприємництва. Було встановлено сприяння таких інститутів у всіх складових середовища розвитку підприємництва, що гарантується за допомогою надання великого діапазону послуг. Таким чином, ТПП мають вагомий вплив на всі категорії факторів розвитку підприємництва. Так само як елемент ринкового механізму, який забезпечує організаційні стимули збільшення бізнессередовища, дані інститути в той же час побічно залучені до абсолютно всіх інших видів зазначеного процесу.

1.3. Методичні підходи до формування та розвитку моделей торгово-промислових палат країн світу.

Перші інституції-попередники Торгово-промислових палат були — купецькі гільдії та середньовічні європейські корпорації, які являли собою локальні органи самопомочі підприємців та були сконцентровані в головних центрах торгівлі. Створювали та керували ними ремісники й купці з метою захисту та регулювання своєї торгівлі, визначення та контролю над мірами ваги та вимірюваннями. Також до їхніх повноважень входили нагляд за арбітражними радами, управління портами й ринками та створення товарних бірж. Попри важливість виконуваних функцій, у XVIII ст. уряди Франції й

Англії ліквідували такі гільдії після прийняття Закону Ле Шпельє, який передбачав заборону робочих коаліцій у XVIII столітті [40, с. 7; 65, с. 47].

Наступним етапом у світовому процесі формування торгових палат можна зазначити створення у Франції протягом 1802–1805 рр. 178 палат. Французькі торгово-промислові палати представляли собою основні консультативні органи державної адміністрації та мали обов'язкове членство. Такі палати являли собою напівурядові органи підтримки торгівлі та промисловості [48]. Таку модель функціонування ТПП взяли за приклад одразу кілька держав Європи: Німеччина, Австрія (включно із частиною Західної України), Нідерланди, Італія, та Іспанія в середині XIX — на початку XX ст. Так вона отримала назву «континентальна».

Становлення торгово-промислових палат у Великобританії відбувалось іншим шляхом — ліберальним. Ці інституції не мали обов'язкового членства та певного законодавства. Вони утворювалися на принципах приватного права, позначалися в реєстрі та мали опціональне членство. Функції та територіальне охоплення палати також визначалися розмірами і місією інституції.

Що стосується історії формування ТПП на землях сучасної України, то величезний слід на цей процес наклав історичний поділ України між Російською Імперією та Австро-Угорщиною. Так, намагаючись продемонструвати власну відданість ліберальним ідеям, що панували в Європі, влада Австро-Угорської імперії видала Указ про формування палат, які володіли статусом консультативних інститутів і були покликані сприяти розвитку індустрії і торгівлі. Моделями для австро-угорських палат стали французький і англійський палати. Якщо говорити про правовий статус, то торгова палата в Австро-Угорщини була дорадчим органом, що мав право надавати пропозиції щодо потреб торгівлі і промисловості, сприяли розробці проектів законів в даній галузі. У 1918 р. у зв'язку з розпадом Австро-Угорської імперії і встановленням влади Румунії на території Буковини була сформована окружну палату з торгівлі і промисловості.

Територія Лівобережної України, яка була частиною Російської імперії, поява торгово-промислових палат припадає на ХХ ст. Ще у XVIII ст. на території Російської імперії були створені спеціалізовані товарні біржі, що мали функції торгово-промислових палат. Подібні інституції функціонували на території України до 1917 року. Зазначаючи правовий статус ТПП того часу, потрібно відмітити, що вони не належали до державних органів, проте мали суттєвий вплив на формування та виконання економічної політики, формували законопроекти, співпрацювали з органами державної влади, виконували функцію суду в економічній сфері.

Подальшим кроком стала ініціатива Міністерства торгівлі і промисловості, яка виступила в 1917 законопроект «Про торгово-промислові палати Росії», в якому планувалося з'єднання підприємців в загальну організацію, що стала б основою для безперешкодної торгівлі. Варто виділити, те що в радянський період торгово-промислові палати на території України багаторазово реформувалися — від філій Російської Східної палати до Української Східної палати, що виступали в ролі торгово-посередницьких контор і сформованого в Києві Українського відділення Всесоюзної торгової палати. Однак, незважаючи на динамічні зміни в організаційній структурі торгово-промислових палат, ключове збереглося незмінним — всі без винятку вони перебували в залежності від уряду і його політики. При цьому їх права були обмежені. Відповідно до свого статусу це були громадські установи, викликані сприяти економічному зближенню з державами Близького Сходу, а крім того промисловим і торговим установам України в розвитку зовнішньої і внутрішньої торгівлі та промисловості [49].

Початком сучасної історія Торгово-промислової палати України можна вважати 8 грудня 1973 року. В цей час на загальному скликанні дійсних членів ТПП УРСР було прийнято Статут Торгово-промислової палати Української РСР. Після схвалення 2 грудня 1997 року Верховною Радою України Закону України «Про торговопромислові палати в Україні»

завершується етап формування нової моделі ТПП в Україні, що свідчить про перехід від «системи державних палат» до «змішаної моделі палат» [50].

За століття функціонування на території Європи сформувалися окремі моделі палат, які відрізняються по конкретним характерним рисам й принципам роботи (табл. 1.1). Необхідно відзначити, що будь-яка опція діяльності палати в той же час являє собою впливовий важель, що в залежності від економічних умов і загальнодержавної політики здатний стати оптимізатором діяльності установи або, навпаки, зменшити її ефективність.

Визначимо переваги та недоліки наведених моделей торгових палат (табл. 1.2). Нормативно-правова база має вагоме значення для ТПП, оскільки обумовлює їх функції та можливі сценарії розвитку інституції.

Таблиця 1.1

Основні моделі торгових палат світу

Модель	Історія формування	Законодавча база	Членство	Делегування Урядом деяких функцій
1	2	3	4	5
Змішана модель	Континентальна й англосаксонська моделі – це два протилежних напрями в розвитку палат. Деякі країни опціонально сумістили в моделі своїх національних палат риси кожної із зазначених моделей. (діє і в Україні)			
Континентальна модель	Сформувалась як французька модель на основі публічного права. Була створена наприкінці XIX – на початку XX ст. і запозичена кількома європейськими державами: Німеччиною, Італією, Австрією, Нідерландами, Іспанією	Характеризується наявністю окремого закону про діяльність палат, який визначає, регулює та обмежує її діяльність. Найменування «палата» захищається законом	Членство є обов’язковим для всіх суб’єктів підприємництва	Палатам надано офіційний статус консультативного органу уряду. Відбувається чітке визначення роду занять і сфери діяльності палат, які регулюються урядом. Палати не мають права займатися будь-яким видом діяльності стосовно ділової спільноти. Відбувається регулювання регіонального охоплення (одна палата на один регіон)

Продовження таблиці 1.1

1	2	3	4	5
Система державних палат	Модель існувала в минулому та була представлена в соціалістичних країнах	Торгові палати являли собою відомства міністерств зовнішньої торгівлі		Діяльність палат була сконцентрована на просуванні експорту продукції державних підприємств
Англосаксонська модель	Слідуючи ліберальній традиції економічної політики, у Великобританії було створено іншу модель палат, яка характеризується меншим рівнем втручання державної влади. Така модель базується на принципах самоврядування структур ділової спільноти	Відсутній закон, що регламентує діяльність ТПП. Палати створюються на основі приватного права, що вимагає їх реєстрації в реєстрі ділових організації та об'єднань. Такі організації створюються винятково за ініціативи підприємців	Членство в палаті відбувається на добровільних засадах	Палати не зобов'язані виконувати завдання уряду, мають свободу вибору охоплення своєї діяльності та отримують за надані послуги прибуток. На відміну від ділових структур, палати не перерозподіляють прибуток між членами, а направляють кошти на покращення результатів своєї роботи

Джерело: складено автором на основі даних [49; 51; 40].

Палати, що функціонують на основі публічного права належать до континентальної моделі, вони мають обов'язкове членство, що, у свою чергу, зумовлює стабільні грошові надходження від членських внесків. Разом з цим вони набувають можливість виконувати функції, надані владою країни (наприклад, карнетів АТА, проводити видачу сертифікатів походження, проводити експертизи). Якщо тлумачити по іншому, надання монополії на окремі типи послуг і забезпечувати фінансову стійкість інституту.

З числа переваг континентальної моделі можна відзначити і можливість створювати об'єктивну думку підприємництва, здійснювати

аналіз його розвитку на державному рівні. Це стає можливим завдяки повній представленості державного підприємництва в членській базі організації. Ключовою негативною особливістю континентальної моделі, є ризик втрати довіри членів в палату, формування загального погляди щодо інституту як адміністративного підрозділу.

Дослідивши основи англосаксонської моделі, можна сказати, що добровільне членство стимулює діяльність палати у сфері надання актуальних, конкурентоспроможних і високоякісних послуг її членам, розширює спектр діяльності. Це формує імідж палати як незалежної БА, яка представляє думку національного підприємництва та має на меті відстоювати його інтереси [65, с 51].

З числа негативних аспектів потрібно виділити фінансову нестабільність і обмеженість ресурсів, які палата могла б застосовувати з метою розвитку підприємництва.

Також слід виділити значну різницю в рамках цієї моделі між окремими палатами. Це статус головної палати палат — об'єднання регіональних палат.

Так, об'єднання німецьких ТПП (DINT) діє на добровільній основі й не має статусу палати на основі суспільного права. І навпаки, Національна палата Франції є об'єднанням на основі суспільного права [52, с. 75].

ТПП США є прикладом палат англосаксонської моделі функціонування. Діяльність цієї палати не регулюється окремим органом чи законом. Але на протигагу цьому, всі ТПП повинні виконувати місцеві та федеральні норми, закони штату та нормативні вимоги, що визначають діяльність організації категорії 501(c) (вільної від оподаткування) [52, с. 75; 65, с 53].

Недотримання цих законів може призвести до відхилення пільгового податкового статусу. Окрім цього, існують певні закони штату та підзаконні акти, за якими палати повинні дотримуватися певних норм при поданні заяви щодо фіксуванні за ними статусу некомерційної організації.

Таблиця 1.2

Моделі торгових палат світу за географією

Континент	Країни з континентальною моделлю палат	Країни з англосаксонською моделлю палат	Країни зі змішаною моделлю палат
1	2	3	4
Європа	Австрія, Франція, Німеччина, Угорщина, Італія, Нідерланди, Словаччина, Словенія, Іспанія	Чехія, Данія, Естонія, Ірландія, Литва, Норвегія, Польща, Швеція, Швейцарія, Великобританія	Україна, Росія
Азія й Австралія		Австралія, Індія, Непал, Нова Зеландія, Філіппіни, Сінгапур, Шрі-Ланка	Японія, Таїланд
Африка	Алжир, Кот-д'Івуар, Джибуті, Єгипет, Еритрея, Марокко, Сенегал, Туніс	Гана, Мозамбік, Намібія, Сьєрра-Леоне, ПАР, Зімбабве	
Латинська Америка		Аргентина, Чилі, Ямайка, Перу, Венесуела	Бразилія, Мексика
Північна Америка		США, Канада	

Джерело: складено автором на основі даних [39; 53, с. 64].

У США через відсутність централізованої реєстрації торгових палат неможливо встановити їх точну кількість. Головною організацією районних палат і палат штатів вважається Торгова палата США. На відміну від державних палат континентальної моделі, участь у головній організації палат США включає не тільки палати, але і окремі компанії і професійні об'єднання. Торгова палата США представляє приблизно 216000 приватних підприємств, 3100 місцевих і торгових палат штатів і 1300 професійних об'єднань. Багато членів входять як до місцевих палати, так і державну.

Типовим прикладом палат англосаксонського типу можна вважати торгову палату Філіппін. Там не має окремого закону про діяльність палат. Будучи делегатом інтересів приватного сектору, торгова палата має

представництво в таких державних структурах, як Фінансове управління та Рада з розвитку експорту.

Отже, континентальна й англосаксонська моделі — це дві зовсім різні моделі в розвитку палат. Палати більшості розвинутих держав можна віднести до цих двох моделей. Проте є такі держави, в яких торгово-промислові палати мають риси обох моделей відразу. Зазвичай такі моделі називаються «змішаними». На їх основі характеристики однієї з моделей, що доповнені елементами іншої.

Проаналізуємо гібридні моделі на прикладі палат Японії і Таїланду. В Японії функціонування ТПП регулюється положеннями публічного права, проте участь в палаті вважається добровільним [52, с. 76]. Японські палати за традицією представляють малі і середні компанії. Їх члени належать до певних торгових блоків відповідно до сфери зайнятості. Відміна риса японських ТПП полягає в тому, що найбільші в регіоні підприємства повинні зареєструватися у відповідній палаті. Подібна реєстрація далеко не означає членства, проте фіксує за ними особливий статус в палаті, що надає їм можливість віддавати свій голос на загальних підставах і зобов'язує платити внески, розмір яких обумовлюється палатою. За законодавством про діяльність ТПП в Японії кожен район діяльності однієї палати ніяк не повинен перетинався з регіоном діяльності іншої палати. Національною федерацією місцевих палат вважається Торгово-промислова палата Японії [65, с 53].

Аналогічно цей процес відбувається і у Таїланді. Там діяльність палат також регулюється положеннями суспільного права, проте членство в палаті є добровільним [52, с. 75].

Незважаючи на вже досить багаторічний період, протягом якого держави пострадянського простору існують як самостійні держави, їхні торгово-промислові палати до сих пір не здійснюють в повному обсязі основні з базисних функцій — представництво і захист інтересів бізнесу. Вже

понад 30 років подібні послуги вважаються класичними для торгових палат західноєвропейських держав і США (табл. 1.3).

Звернувши увагу на модель ТПП, яка функціонує в Україні, слід зауважити, що їй властиві риси континентальної та англосаксонської моделей. Притому в цій моделі переважають риси моделі на основі публічного права з елементами приватного, тобто, добровільне членство.

Організація ТПП на основі закону дає можливість уряду передавати їм окремі функції, що, як правило, фіксують за органами державного управління (в Україні це надання сертифікатів походження, ведення реєстру українських підприємств, карнетів АТА та інше).

Таблиця 1.3

**Реалізація представництва інтересів бізнесу закордонними
торговими палатами**

Країна	Модель ТПП	Основні функції організацій і реалізація представництва інтересів
1	2	3
Франція	Консервативна модель	1. Адвокасі-функції подібні до наявних у ТПП Німеччини. 2. Особливістю цієї палати є те, що закон наказує державі консультуватися з ТПП щодо планів регіонального розвитку, особливо – проектів транспортування та планування міст
США	Ліберальна модель	1. Мають такий самий статус, як і будь-які інші адвокати-групи та БА. 2. Локальні палати працюють в інтересах місцевих спільнот, тоді як Торгова палата США зосереджується на роботі з національними питаннями й координує локальні палати для спільних дій. 3. З метою адвокати працівники палати можуть: а) провадити конвенційне або безпосереднє лобіювання ЧИ б) залучати членів палати до лобістської діяльності (grassroot activity). 4. Наявна платформа GAIN (U.S. Chambers' Grassroots Action Information Network) налагоджує мережу контактів для лобізму з метою просування позитивних для бізнесу законів
Японія	Змішана модель	1. ТПП Японії, а також локальні палати, є впливовими лобістськими організаціями й підтримують тісні зв'язки з державою. 2. ТПП зобов'язані озвучувати свої позиції законодавчому й адміністративному апаратам держави, для чого агрегують статистичні дані та проводять дослідження з політичних і бізнесових питань. 3. Палати задіяні в регіональному розвитку, плануванні довкілля, технологічному розвитку, плануванні міст, промоції локальної індустрії та міжнародній торгівлі. 4. ТПП номінують своїх представників для участі в центральних радах держави та презентації їхніх позицій у регіональних економічних радах і локальних спільнотах

Продовження таблиці 1.3

1	2	3
Німеччина	Консервативна модель	<ol style="list-style-type: none"> 1. Діалог із державою щодо впливу державних рішень на бізнессектор. 2. Представництво візій і переживань членів у вирішенні проблем, що впливають на бізнес. 3. На локальному рівні палата висловлює свої бачення щодо муніципального бюджету, податків, будівництва, проєктів інфраструктури, захисту довкілля. 4. На регіональному та федеральному рівнях палати беруть участь у плануванні економічного розвитку та графіку. 5. Локальний, регіональний і федеральний апарати зобов'язані консультиватися з палатами щодо законів і постанов, які впливають на торгівлю та промисловість. 6. Посилення лобістських функцій через організацію пресконференцій, публікацію прес-релізів та проведення опитувань і досліджень. 7. За напрацюваннями спільно з парламентськими комітетами й міністерствами Асоціація ТПП надає федеральним міністерствам близько 170 меморандумів щорічно
Таїланд	Змішана модель	<ol style="list-style-type: none"> 1. Адвокація є найважливішою діяльністю. Провінційні палати, а також Торгова палата Таїланду тісно співпрацюють із державою, надаючи свої бачення та рекомендації щодо економічної політики. 2. Палати зобов'язані консультивати державу щодо питань економічного розвитку. 3. ТПП налагоджують політичний діалог через регулярні зустрічі Об'єднаних публічно-приватних консультивативних комітетів (JPPCC). 4. Торгова палата Таїланду визнана основним представником позицій бізнес-спільноти й направляє більш ніж 50 представників на засідання державних комітетів

Джерело: складено автором на основі даних [39]

ТПП України не підлягає державному контролю. Також законом визначене регіональне охоплення, що має на меті забезпечити наявність окремої палати в кожній області та обласному центрі. Проте, членство у палаті є на добровільній основі, що у свою чергу не дає гарантій організації у постійних членських внесках, що несе за собою розширення бази надання послуг та покращення якості свого функціоналу.

Отже, ТПП може займатися підприємницькою діяльністю тільки в тому виді, в якому це необхідно для виконання її статутних завдань. Одержаний палатою дохід не розподіляється між її членами, а націлений на виконання її статутних завдань. ТПП є юридичною особою [35].

Такий вибір моделі торгової палати, зроблений урядом в 90-х роках ХХ ст., був оптимальним у час трансформаційних процесів, що відбувалися у національній економіці. З одного боку, торговим палатам в Україні була надано право бути самостійними представниками інтересів підприємництва

та надавати важливі для нього послуги. З іншого — за законодавством палаті надавали конкретні монопольні послуги, що забезпечували фінансову стабільність новоствореній організації в умовах роботи з недосвідченим і слабо розвиненим підприємництвом.

Висновки до розділу 1

У першому розділі розглянуті основні дефініції, згідно з результатами аналізу яких запропоновані такі визначення понять: «розвиток підприємництва», що визначено як комплекс позитивних тенденцій підприємництва, які спостерігаються за допомогою зіставлення його кількісних і якісних характеристик в часі і виявляють позитивний вплив на економіку держави, активізують формування соціального середовища і гарантують збільшення рівня життя населення; «підприємництво», що визначено як самостійна, ініціативна, постійна господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання на власний ризик в рамках державного законодавства, характеризується інноваційними підходами до роботи і має на меті одержання прибутку, а результатом — фінансові і соціальні ефекти особистим баченням; «торгово-промислові палати», які можливо тлумачити як неприбуткові членські організації, утворені з метою сприяння розвитку підприємництва та його інтеграції в глобальну економіку за допомогою представництва і захисту його інтересів, а крім того забезпечення послуг, що підвищують інституційний розвиток суб'єктів господарської діяльності та загальному поліпшенню підприємничого клімату.

На основі статистичних даних та у процесі аналізу літературних джерел було виокремлено основні функції підприємництва, з числа яких — соціальна, економічна, ресурсна, організаторська і творча. Доведено вплив розвитку підприємництва на економічне зростання держави; проведено узагальнюючу оцінку стану підприємництва в Україні в цілому як з боку

малого так і з боку середнього підприємництва; встановлена значимість зазначених сегментів в національній економіці України. Встановлено, що середні підприємства є рушійною силою в економічному розвитку за рахунок високої долі у валової доданої вартості (45,8%), високий частки зайнятих (42,4%) і обсяги реалізації продукції (41,3%). Малий бізнес становить понад 94% питомої ваги за кількістю суб'єктів господарювання, і, перш за все вважається інструментом самозайнятості населення, ніж національного збагачення (гарантує 15,8% в доданій вартості, 17,1% в обсягах реалізації і 28% зайнятих).

В рамках дослідження основ функціонування громадських організацій щодо сприяння розвитку підприємництва було висвітлено нормативно-правові основа і ключові спрямованості їх діяльності, а також послуги, що надаються цими організаціями в світі загалом та в Україні вцілому. На основі узагальнення теоретико-методичних підходів до формування набору класичних функцій торгових палат запропоновано визначити головними функціями ТПП в сфері розвитку підприємництва наступні: представництво і захист інтересів бізнесменів, розвиток підприємницького середовища та налагодження економічних контактів, підтримка підприємницької діяльності та надання ділових послуг.

У процесі аналізу літературних джерел було досліджено становлення торгових палат в світі, розглянуто ключові моделі інститутів: англо-саксонську, змішану, континентальну і державну. Виконано географічний аналіз моделей ТПП і виділено ключовий набір послуг по кожному з них. Також було досліджено механізм реалізації функції представництва інтересів іноземними торговими палатами. На основі вивченого світового досвіду аргументовано оптимальність існуючої моделі ТПП в Україні для пострадянського періоду розвитку ринкової економіки і висунуто припущення про необхідність її модифікації в сучасних умовах на ліберальну.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ НАПРЯМІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВИХ ПАЛАТ У СФЕРІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

2.1. Дослідження результатів діяльності торгово-промислових палат в Україні

Підприємці та більшість дослідників пояснюють таке становище несприятливим макроекономічним кліматом, недосконалою податковою політикою, податковим тиском, недостатністю фінансових ресурсів, інфляційними процесами, адміністративними бар'єрами та іншими обставинами зовнішнього характеру.

При розгляді впливу на організацію зовнішнього оточення важливо розуміти, що характеристики середовища відрізняються, але в той же час вони пов'язані з його факторами. Взаємопов'язаність факторів зовнішнього середовища — це рівень сили, з якою зміна одного фактора впливає на інші.

Жоден з факторів зовнішнього середовища підприємства не можна розглядати ізольовано. При цьому взаємозалежність між окремими силами в зовнішньому оточенні бізнесу постійно зростає [54, с. 10].

За аналізом наукових досліджень було сформовано схему впливу зовнішніх факторів непрямої дії на зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства (рис. 2.1).

На схемі показано, які саме фактори зовнішнього середовища впливають на підприємство і що підприємство повинно змінити чи на що звернути увагу під дією цих факторів.

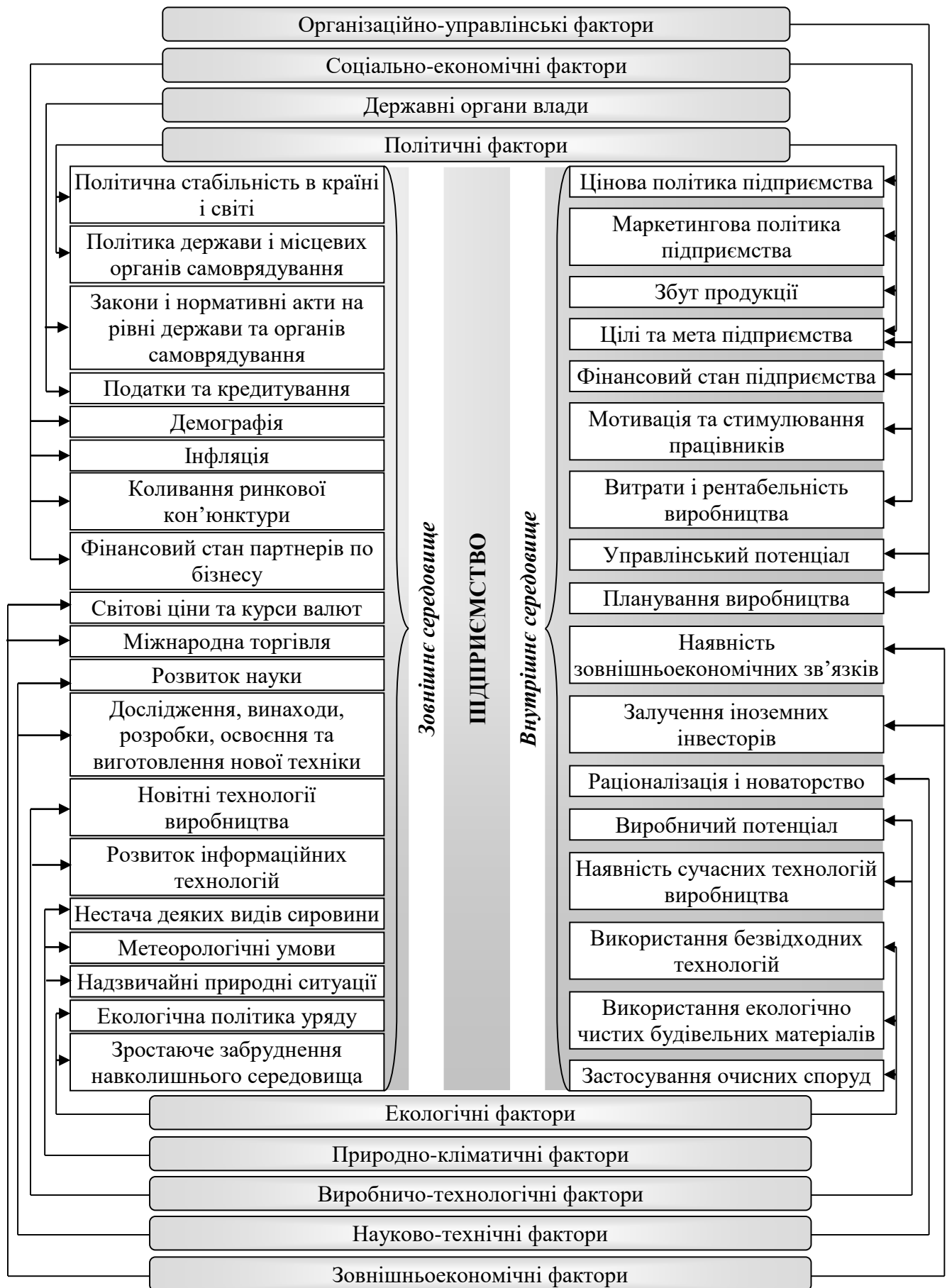


Рис. 2.1. Схема впливу зовнішніх факторів непрямої дії на зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства [55, с. 9]

Забруднення води і повітря, виснаження водних ресурсів, ерозія верхнього родючого шару ґрунту — збиток, завданий підприємствами екосистеми.

Оскільки зовнішні фактори невіддільні волі підприємства, а внутрішні залежать від організації його роботи, для підприємства необхідно активне реагування та адаптація до змін саме зовнішніх факторів, а вони, у свою чергу, є взаємопов'язаними, впливають один на одного та на виробничий процес.

Згідно з [56.], зовнішніми (екзогенними) чинниками впливу на підприємство є наступні:

- загальноекономічні;
- ринкові;
- соціально-демографічні;
- науково-технологічні;
- екологічні;
- міжнародні тощо.

Керованими факторами зовнішнього середовища автори [56] називають наступні:

- споживачі;
- постачальники;
- персонал та ін.

Погоджуючись з точкою зору З. Є. Шершньової, В. М. Багацького та Н. Д. Гетманцевої [56], побудуємо скориговану схему зовнішніх екзогенних чинників впливу на підприємство (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Система основних зовнішніх факторів, що зумовлюють кризовий стан підприємства [56, с. 52]

Для такого зовнішнього середовища характерні непередбачувані, несподівані зміни, які важко прорахувати. При цьому постійно змінюються напрям і інтенсивність потоків інформації та інших ресурсів, отже, зовнішнє середовище стає непередбачуваним та невизначеним. Наприклад, гіпертурбулентне зовнішнє середовище формується в ході конкурентної боротьби, коли сторони постійно змінюють правила гри та чисельність гравців, або під час криз, коли відбувається загальна боротьба за виживання на ринку.

Для деяких підприємств вплив сильного взаємозв'язку факторів може виявитися фатальним. Так, для підприємств, які купують сировину і матеріали за кордоном, різке падіння курсу гривні призведе до необхідності пошуку нових постачальників, втрати споживачів, падіння конкурентоспроможності, скорочення чисельності працюючих, загострення взаємовідносин з профспілками. Наслідком стане падіння виробництва, інфляція, що ще більше посилить зміну факторів зовнішнього середовища. Тобто, зміна одного фактора тягне за собою зміну інших.

Складність зовнішнього середовища визначає число факторів, на які підприємство зобов'язане реагувати, а також рівень варіативності кожного фактора. Різні підприємства здійснюють свою діяльність у різних зовнішніх умовах. Так, на одне підприємство впливає весь набір факторів зовнішнього середовища, а на інше — лише певна їхня частина [54 с. 9].

За показниками різноманітності (варіативності) факторів у більш складних умовах буде знаходитися підприємство, що використовує чисельні та різні технології, що переживають більш швидкий розвиток. Тому для невеликого підприємства, що діє на місцевому ринку, яке випускає обмежену кількість продукції, зовнішнє середовище буде набагато менш складне, ніж для підприємства, яке має філіали в багатьох регіонах країни (світу) і виробляє широкий асортимент різної продукції. Тобто, середовище підприємств, що діють на міжнародному рівні, відрізняється підвищеною

складністю. Це зумовлено унікальною сукупністю факторів, що характеризують кожну країну.

Невизначеність зовнішньої обстановки зростає із збільшенням динамічності або ж з ускладненням її умов. Ступінь динамічності зовнішнього середовища визначається темпом і частотою змін. Складність може виявлятися у відмінності елементів зовнішнього середовища, з якими зіткнулося підприємство, а також може бути результатом суми знань, необхідних, щоб врегулювати вплив оточення. Коли швидкість змін, які відбуваються у зовнішньому середовищі, зростає, підприємство натрапляє на досить високий рівень невизначеності. В результаті йому необхідно максимально швидко адаптуватися до змін середовища.

Торгово-промислова палата України впливає на всі групи факторів. Це зумовлено основними функціями та послугами, які надає ця організація. Функціонуючи на рівні дорадчого органу, який на добровільних засадах об'єднує представників підприємництва, ТПП створює умови, що сприяють розвитку бізнес-відносин на всіх рівнях. Вважаємо, що такий ефект можна назвати синергією об'єднання у Торгово-промисловій палаті підприємств всіх галузей та розмірів.

Очевидно, що робота Торгово-промислової палати має вплив на всі рівні діяльності підприємництва: зовнішній, внутрішній, а також на макро- та мікросередовище. Таким чином, можемо дійти висновку, що діяльність Торгово-промислової палати має позитивний вплив на весь комплекс факторів розвитку підприємництва та має на меті своєї діяльності покращання загального підприємницького клімату на національному рівні.

Динаміка членської бази ТПП України подана на рис. 2.3.

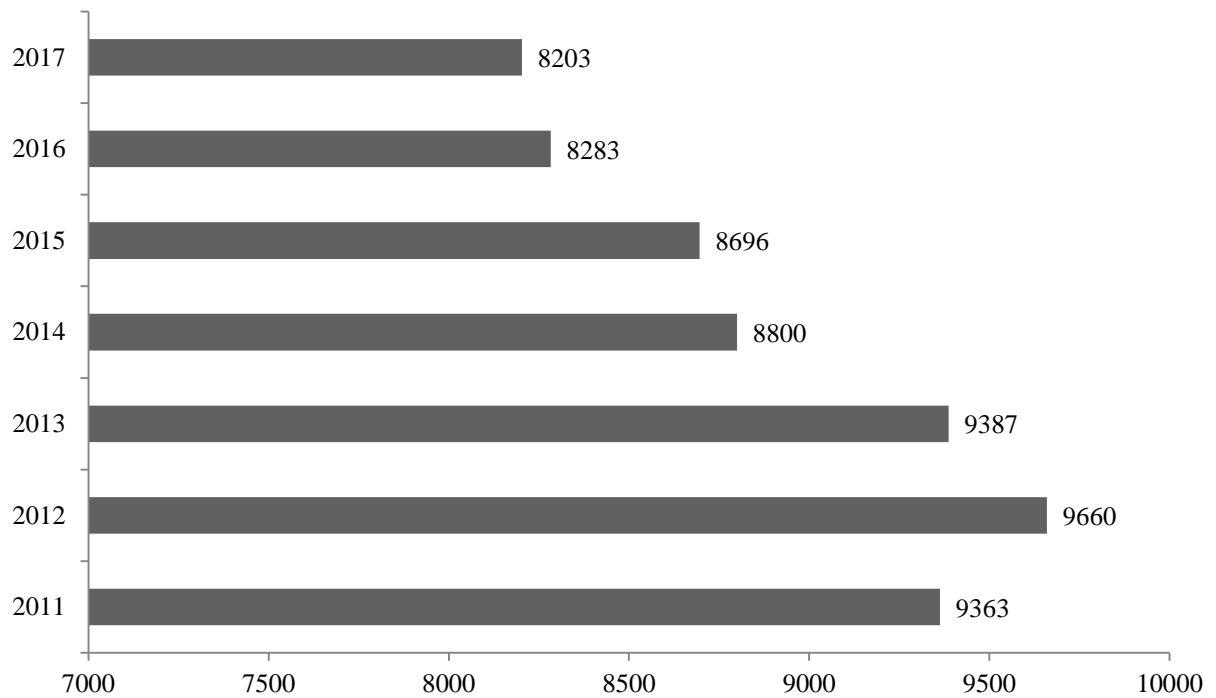


Рис. 2.3. Динаміка членської бази ТПП України у 2011-2017 рр.

Джерело: складено автором на основі даних [26]

Як бачимо, протягом 2010-2017 рр. найбільша кількість членів ТПП України зафіксована у 2012 р., проте, починаючи з 2013 р., її кількість зменшувалась, і у 2017 р. показник був найменшим за останні 7 років.

Серед загальної кількості суб'єктів господарювання України кількість членів ТПП мала наступну динаміку (табл. 2.1).

ТПП України видає сертифікати походження товару, які є необхідними документами при експортних операціях, а також займається штрих-кодкуванням та ліцензуванням товарних знаків, інтелектуальної власності та надає інші супроводжувальні для міжнародної торгівлі послуги. Всі ці послуги є необхідними для українських експортерів. Також це підтверджується меншою кореляційною залежністю обсягів членської бази від обсягу підприємств-імпортерів товарів і послуг.

Таблиця 2.1

Члени ТПП України серед загальної кількості суб'єктів господарської діяльності у 2011-2017 рр.

Показник	Роки							Відхилення, од.					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2012/ 2011	2013/ 2012	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
Кількість членів ТПП України	9363	9660	9387	8800	8696	8283	8203	297	-273	-587	-104	-413	-80
Загальна кількість суб'єктів господарювання (у т.ч. ФОП)	1492378	1600127	1722070	1932161	1974439	1865631	1805144	107749	121943	210091	42278	-108808	-60487
Загальна кількість підприємств в Україні	375695	364935	393327	341001	343440	306369	338256	-10760	28392	-52326	2439	-37071	31887
Великі підприємства	659	698	659	497	423	383	399	39	-39	-162	-74	-40	16
Середні підприємства	20753	20189	18859	15906	15203	14832	14937	-564	-1330	-2953	-703	-371	105
Малі підприємства	354283	344048	373809	324598	327814	291154	322920	-10235	29761	-49211	3216	-36660	31766
в т.ч. — мікропідприємства	295815	286461	318477	278922	284241	247695	278102	-9354	32016	-39555	5319	-36546	30407

Джерело: складено автором на основі даних [19;26]

Враховуючи вищезазначене, а також значний показник кореляції між обсягами діючих суб'єктів господарської діяльності та членами ТПП, робимо висновок, що членська база ТПП України розширюється більшою мірою за рахунок підприємств, орієнтованих на експорт.

Далі розглянемо фінансові результати діяльності ТПП України у 2015-2017 рр. (табл. 2.2).

Як бачимо, діяльність ТПП України у 2014-2017 рр. була прибутковою, адже величина доходів перевищувала величину витрат (рис. 2.4).

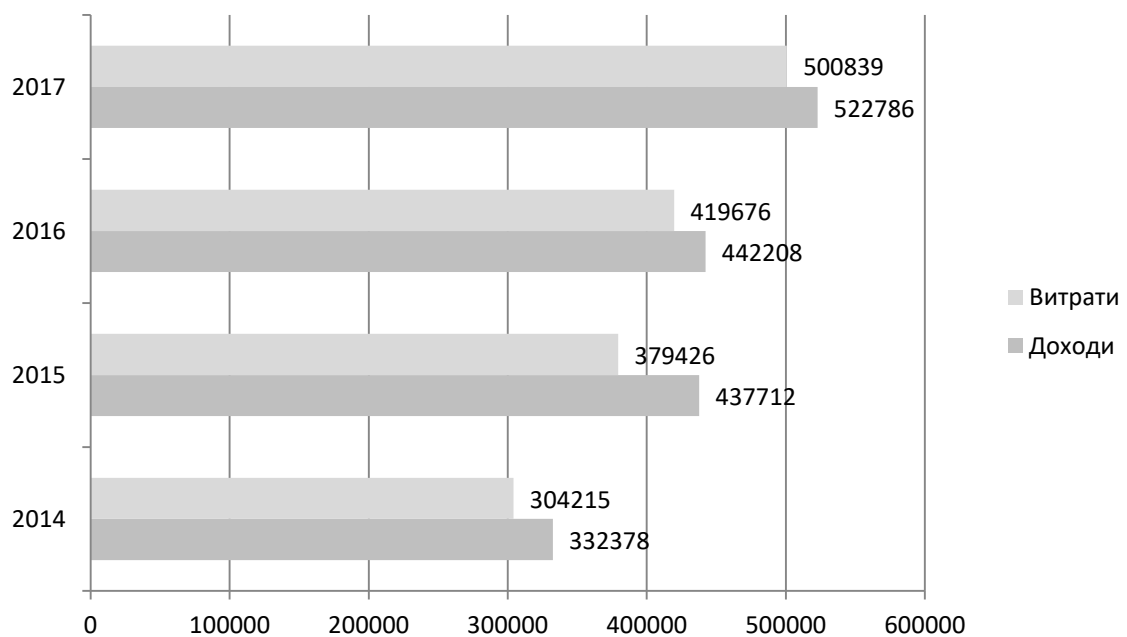


Рис. 2.4. Динаміка доходів та витрат ТПП України у 2014-2017 рр., тис. грн.

Джерело: складено автором на основі даних [26]

Отже, це вплинуло на зростання величини чистого прибутку у 2015 р., проте у 2016-2017 рр. його величина зменшувалась (рис. 2.5).

Таблиця 2.2

Фінансові результати діяльності ТПП України у 2014-2017 рр., тис. грн.

Показники	Роки				Відхилення					
					абсолютне			темп приросту, %		
	2014	2015	2016	2017	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2015/2014	2016/2015	2017/2016
Доходи	332378	437712	442208	522786	105334	4496	80578	24,0	-10,2	15,4
Матеріальні затрати	21051	24884	24074	27766	3833	-810	3692	18,2	-3,3	15,3
Витрати на оплату праці	131037	150283	149800	192140	19246	-483	42340	14,7	-0,3	28,3
Відрахування на соціальні заходи	45166	49695	30601	40909	4529	-19094	10308	10,0	-38,4	33,7
Амортизація	17559	21170	19754	22638	3611	-1416	2884	20,6	-6,7	14,6
Інші операційні та позареалізаційні витрати	81273	120608	186687	211051	39335	66079	24364	48,4	54,8	13,1
Витрати з податку на прибуток	8129	12786	8760	6335	4657	-4026	-2425	57,3	-31,5	-27,7
Чистий прибуток	28163	58285	22532	21947	30122	-35753	-585	107,0	-61,3	-2,6

Джерело: складено автором на основі даних [26]

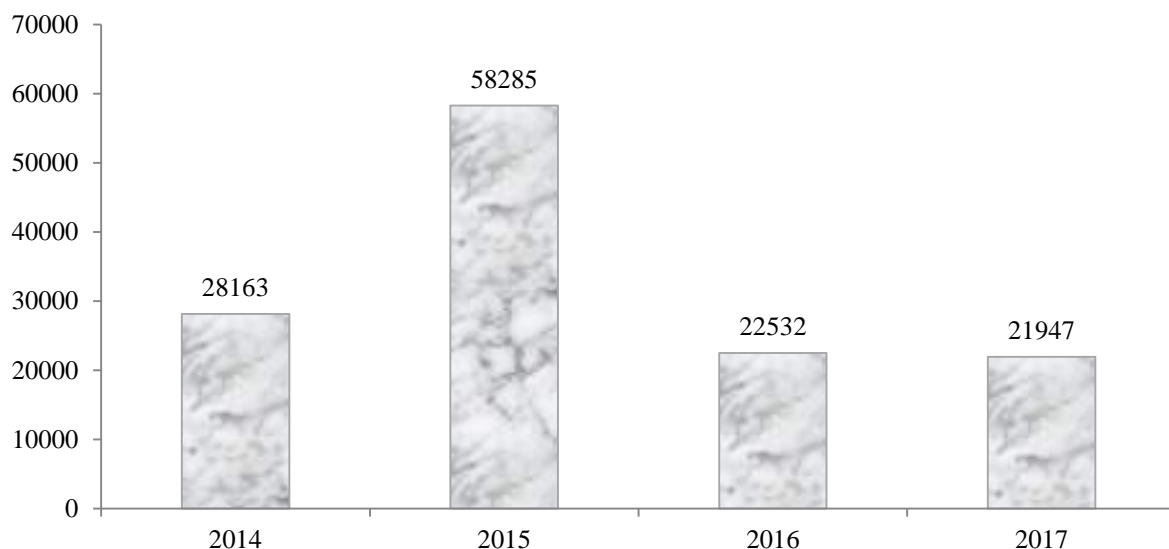


Рис. 2.5. Динаміка чистого прибутку ТПП України у 2014-2017 рр., тис. грн.

Джерело: складено автором на основі даних [26]

Також варто відзначити зростання величини членських внесків у 2015-2017 рр. (рис. 2.6).

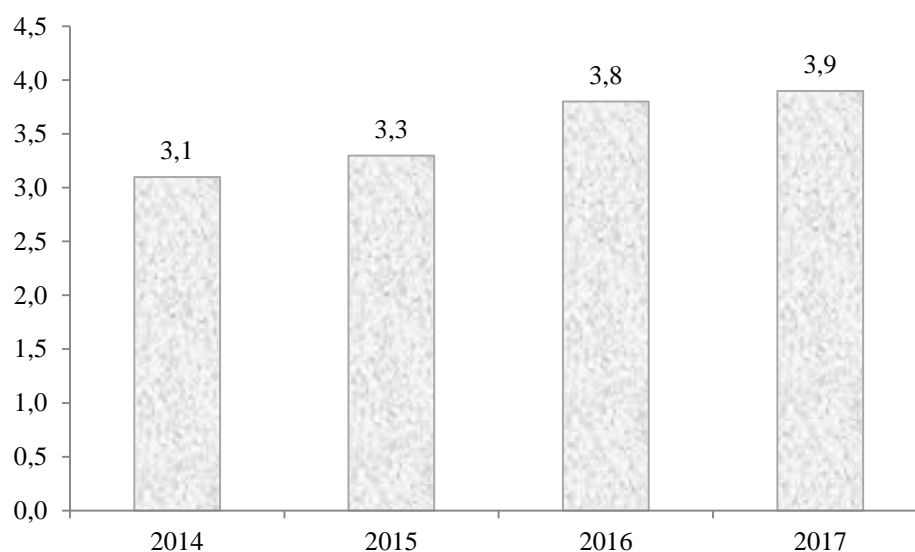


Рис. 2.6. Динаміка членських внесків ТПП України у 2014-2017 рр., млн грн.

Джерело: складено автором на основі даних [26]

Для визначення рівня конкурентоспроможності ТПП України нами використано метод експертних оцінок. Для цього виділимо функції, які є базовими для Торгово-промислової палати та користуються найбільшим

попитом серед підприємництва (табл. 2.3). За базу для порівняння взято найбільш динамічну іноземну бізнес-асоціацію, яка діє в Україні, — Американську Торгову палату.

Таблиця 2.3

Експертна оцінка конкурентоспроможності послуг ТПП України

Функції ТПП	Послуги	Долевий коефіцієнт	Оцінка	
			Бали	Сума
Лобіювання	1. Захист інтересів бізнесу (зміна законодавства, регулювання торгівлі)	0,15	6	0,9
	2. Забезпечення діалогу між підприємництвом	0,04	7	0,28
Нерухомість та виставкова діяльність	1. Оренда офісних приміщень	0,02	6	0,12
	2. Готельний бізнес	0,01	3	0,03
	3. Проведення виставок та ярмарок	0,07	6	0,42
	4. Оренда приміщень та обладнання для проведення виставок, конгресів та конференцій	0,01	7	0,07
Освітня діяльність	Проведення навчань	0,1	7	0,7
Підтримка ЗЕД	1. Видача сертифікатів походження товарів	0,15	10	1,5
	2. Видача карнетів АТА	0,05	8	0,4
	3. Засвідчення обставин форс-мажору	0,08	8	0,64
	4. Правова експертиза контрактів, угод	0,03	6	0,18
	5. Проведення експертизи товарів при їх експорті та імпорті	0,07	9	0,63
	6. Декларування зовнішньоторгових вантажів	0,03	6	0,18
	7. Оцінка майна та нематеріальних активів	0,04	7	0,05
Підтримка інновацій, малого та середнього бізнесу	1. Легалізація прав інтелектуальної власності	0,01	5	0,48
	2. Послуги третейського суду	0,08	6	0,12
	3. Організація залучення інвестицій	0,02	6	0,12
	4. Підтримка інновацій	0,02	6	0,9
Сума		1		7,2

Таким чином, величина конкурентоспроможності коливається від 0 до 10 од. (або від 0 до 100%). Про рівень конкурентоспроможності можна

судити за наступною шкалою: недостатня конкурентоспроможність продукції — 0-2 од. (0-20%), низька — 2-4 од. (20-40%), середня — 4-6 од. (40-60%), висока — 6-8 од. (60-80%) та дуже висока — 8-10 од. (80-100%).

Отже, метод експертних оцінок конкурентоспроможності показав, що послуги Торгово-промислової палати України мають високий рівень конкурентоспроможності (73%). Найвищі оцінки експертів мають монопольні та унікальні послуги Палати. Серед послуг, які є недостатньо розвиненими, можна виділити лобіювання, залучення інвестицій та підтримка інновацій.

2.2. Тенденції розвитку міжнародного бізнесу в Україні в умовах європейської інтеграції

З метою аналізу показників міжнародної торгівлі України проаналізуємо показники експорту товарів з України (табл. 2.4).

З таблиці видно, що у 2014-2016 рр. загальні обсяги експорту зменшились, проте 2017 рік продемонстрував зростання показника.

Також ми виділили в дослідження країни, які найбільше імпортували українських товарів (у 2017 р.). Результати аналізу свідчать, що найбільшими імпортерами стали:

Таблиця 2.4

Обсяги експорту товарів з України у 2013-2017 рр., тис. дол. США

Країни	Роки					Відхилення							
						Абсолютне				Темп приросту, %			
	2013	2014	2015	2016	2017	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016
Усього	63312022,1	53901689,1	38127149,7	36361711,2	43266580	-9410333	-15774539,4	-1765439	6904869	-14,9	-29,3	-4,6	19,0
<i>у тому числі</i>													
Білорусь	1983615,6	1617084	870696,4	903197,5	1143538,8	-366532	-746387,6	32501,1	240341,3	-18,5	-46,2	3,7	26,6
Єгипет	2720563	2862068,3	2079784	2266493,2	1831312,9	141505,3	-782284,3	186709,2	-435180	5,2	-27,3	9,0	-19,2
Індія	1974747,3	1815849,8	1444086,8	1903066,6	2205748	-158898	-371763	458979,8	302681,4	-8,0	-20,5	31,8	15,9
Іспанія	987671,7	1166565,1	1043602,6	1004547,4	1260107,7	178893,4	-122962,5	-39055,2	255560,3	18,1	-10,5	-3,7	25,4
Італія	2357633,7	2468270,5	1979843,6	1929575,6	2469871,5	110636,8	-488426,9	-50268	540295,9	4,7	-19,8	-2,5	28,0
Китай	2726677,3	2674125,8	2399078,9	1832518,9	2039359,1	-52551,5	-275046,9	-566560	206840,2	-1,9	-10,3	-23,6	11,3
Нідерланди	1041336,6	1106095,9	905655	995322,6	1676245	64759,3	-200440,9	89667,6	680922,4	6,2	-18,1	9,9	68,4
Німеччина	1603784,9	1590590,3	1328677,4	1423735,2	1754288,2	-13194,6	-261912,9	95057,8	330553	-0,8	-16,5	7,2	23,2
Польща	2547823,1	2644656,8	1977329,6	2200010,1	2724629,7	96833,7	-667327,2	222680,5	524619,6	3,8	-25,2	11,3	23,8
Російська Федерація	15065123,5	9798226,2	4827717,9	3592917,9	3936628,9	-5266897	-4970508,3	-1234800	343711	-35,0	-50,7	-25,6	9,6
Туреччина	3805477,8	3561365,4	2771758,3	2049064,9	2518581,8	-244112	-789607,1	-722693	469516,9	-6,4	-22,2	-26,1	22,9
Угорщина	1556952,7	1509893,8	909721	1053084,2	1326440,1	-47058,9	-600172,8	143363,2	273355,9	-3,0	-39,7	15,8	26,0

Джерело: складено автором на основі даних [19]

- Білорусь, експорт товарів до якої зменшився у 2014-2015 рр., проте у 2016-2017 рр. відбулось зростання показника;
- Єгипет (у 2014 та 2016 рр. експорт зріс, проте зменшився у 2015 та 2017 рр.);
- Індія мала подібну до Білорусі динаміку — експорт товарів зменшився у 2014-2015 рр., а у 2016-2017 рр. збільшився);
- Іспанія (2014 та 2017 рр. - зростання експорту, а у 2015-2016 рр. — зменшення);
- Італія (зростання у 2014 та 2017 рр., зменшення — у 2015-2016 рр.);
- Китай (після зменшення обсягів експорту у 2014-2016 рр. відбулось збільшення показника у 2017 р.);
- Нідерланди (зростання протягом досліджуваного періоді, окрім 2015 р.);
- Німеччина (після зменшення показника у 2014-2016 рр. спостерігалось зростання у 2016-2017 рр.);
- Польща (зростання протягом досліджуваного періоді, окрім 2015 р.);
- РФ (зниження протягом 2014-2016 рр., а у 2017 р. — зростання, відновлення торговельних зв'язків);
- Туреччина (після зменшення обсягів експорту у 2014-2016 рр. відбулось збільшення показника у 2017 р.);
- Угорщина (зменшення у 2014 та 2017 рр., зростання — у 2015-2016 рр.)

Зазначимо, що протягом досліджуваного періоду лідером в українському експорті була та залишається Російська Федерація (рис. 2.7).

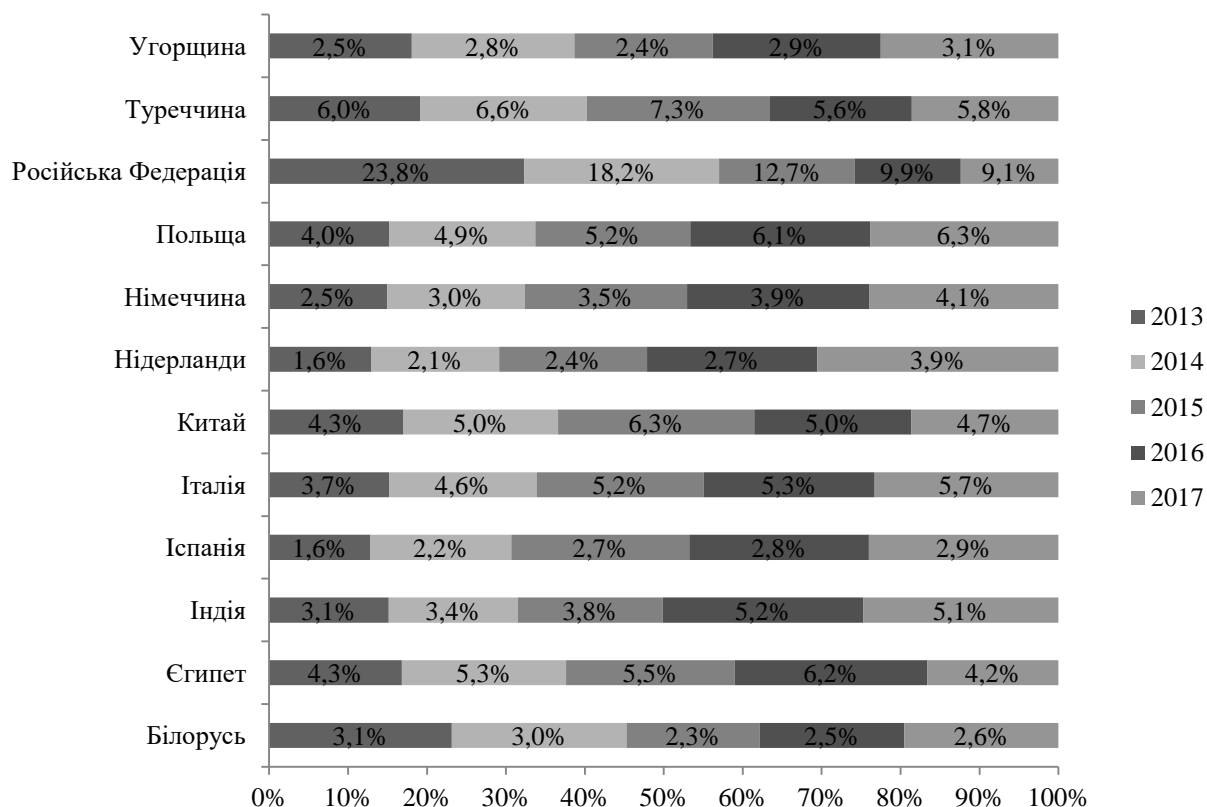


Рис. 2.7. Структура експорту українських товарів у 2013-2017 рр. в розрізі країн-лідерів, %

Джерело: складено автором на основі даних [19]

Також проаналізуємо частку експорту у ВВП (рис. 2.8).

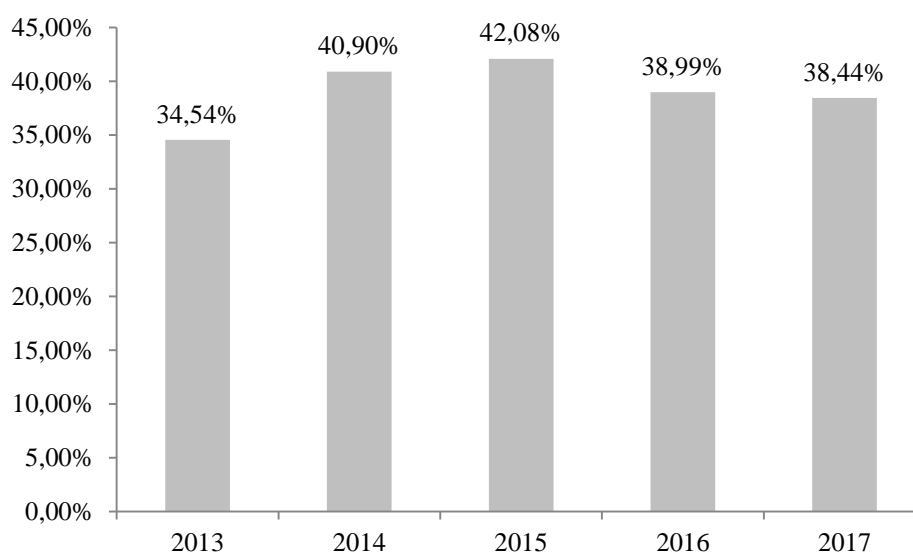


Рис. 2.8. Частка експорту у ВВП України у 2013-2017 рр., %

Джерело: складено автором на основі даних [19]

Як бачимо, частка експорту у ВВП України зросла у 2014-2015 рр., проте у 2016-2017 рр. відбулось її зменшення.

Зважаючи на євроінтеграційний курс, який взяла Україна, необхідно проаналізувати динаміку її зовнішньої торгівлі з країнами ЄС (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Динаміка експорту товарів з України у 2012-2017 рр., тис. дол. США

Показники	Роки					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Всього	68809810,6	63312022,1	53901689,1	38127149,7	36361711,2	43266580,0
В т.ч. — по країнах ЄС	17081264,1	16758614,8	17002906,8	13015209,7	13496283,2	17533403,9
Австрія	520820,7	554607,7	530898,8	347167,2	361323,9	535169,5
Бельгія	467609,4	401869,9	425198,3	296848,8	251541,9	456225,1
Болгарія	568755,4	591262,5	550603,2	419500,8	418193,3	429904,9
Велика Британія	551421,2	547214,5	589211,2	367897,3	317792,1	480025,7
Греція	209172,5	227886,3	201239,4	153776,0	159123,2	196815,5
Данія	152737,2	163887,2	125812,4	144675,3	155453,9	189484,3
Естонія	253998,5	103208,1	82258,7	66205,7	98048,2	133067,0
Ірландія	75979,7	120847,1	69479,4	59182,6	45483,9	55298,4
Іспанія	1539018,7	987677,7	1166565,1	1043602,6	1004547,4	1260055,3
Італія	2480017,4	2357645,1	2468270,5	1979843,6	1929575,6	2469477,2
Кіпр	168047,2	161554,9	283724,9	61526,1	53481,4	79637,6
Латвія	299803,4	182581,2	226165,9	150267,1	138155,3	213716,6
Литва	279060,4	324816,9	362123,7	236300,5	258222,5	374177,6
Люксембург	3922,0	4582,3	16182,9	5883,8	5087,0	7293,6
Мальта	9558,7	6263,4	1622,8	12237,0	7746,0	66195,4
Нідерланди	829939,3	1041336,6	1106095,9	905655,0	995322,6	1676127,4
Німеччина	1645030,3	1603753,9	1590590,3	1328677,4	1423735,2	1754185,7
Польща	2576195,6	2547824,0	2644656,8	1977329,6	2200010,1	2724589,7
Португалія	343915,2	267163,9	310310,1	320541,1	228126,0	264143,8
Румунія	551597,0	558236,9	584081,6	569947,1	716981,4	841609,8
Словаччина	672629,7	752667,4	670152,8	468528,8	471362,6	656023,2
Словенія	10379,1	12948,0	15971,4	16261,0	16758,2	29184,3
Угорщина	1510219,0	1556952,7	1509893,8	909721,0	1053084,2	1326389,2
Фінляндія	48150,8	60784,8	62231,4	48037,7	62355,7	78803,1
Франція	549134,4	690500,8	532715,5	497949,4	453674,3	419052,1
Хорватія	-	43252,8	39174,3	26086,5	39065,9	24186,0
Чехія	707040,3	823749,5	772542,1	540950,6	560756,1	715165,1
Швеція	57110,9	63538,6	65133,5	60609,9	71275,4	77400,8

Джерело: складено автором на основі даних [19]

Як бачимо, експорт товарів з України збільшувався у 2011-2012 та 2017 рр., а до країн ЄС — у 2011, 2014 та 2016-2017 рр. Варто зазначити, що

країнами-лідерами з українського експорту стали наступні країни: Польща (у 2012 та 2016-2017 рр.) та Німеччина (у 2013-2015 рр.) (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Частка країн ЄС в експорті вітчизняних товарів у 2012-2016 рр., %

Показники	Роки					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Всього по країнах ЄС	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Австрія	3,05	3,58	2,88	2,41	2,68	3,1
Бельгія	2,74	2,56	2,63	2,39	1,86	2,6
Болгарія	3,33	1,11	1,13	1,65	3,10	2,5
Велика Британія	3,23	4,19	3,28	3,72	2,35	2,7
Греція	1,22	1,03	1,46	1,56	1,18	1,1
Данія	0,89	1,16	1,12	0,96	1,15	1,1
Естонія	1,49	0,34	0,37	0,51	0,73	0,8
Ірландія	0,44	0,71	0,64	0,49	0,34	0,3
Іспанія	9,01	3,19	2,88	2,88	7,44	7,2
Італія	14,52	7,72	7,16	6,37	14,30	14,1
Кіпр	0,98	0,26	0,24	0,11	0,40	0,5
Латвія	1,76	0,39	0,43	0,57	1,02	1,2
Литва	1,63	3,57	4,90	3,60	1,91	2,1
Люксембург	0,02	0,09	0,14	0,38	0,04	0,0
Мальта	0,06	0,04	0,05	0,11	0,07	0,4
Нідерланди	4,86	3,93	3,63	2,95	7,37	9,6
Німеччина	9,63	25,04	25,45	25,93	10,55	10,0
Польща	15,08	15,06	14,57	15,16	16,30	15,5
Португалія	2,01	0,28	0,29	0,29	1,69	1,5
Румунія	3,23	3,32	4,02	2,08	5,31	4,8
Словаччина	3,94	2,45	2,03	2,26	3,49	3,7
Словенія	0,06	1,06	0,97	0,84	0,12	0,2
Угорщина	8,84	5,18	6,95	10,49	7,81	7,6
Фінляндія	0,28	1,73	1,52	1,45	0,46	0,4
Франція	3,21	6,40	6,02	5,82	3,36	2,4
Хорватія	-	0,13	0,23	0,10	0,29	0,1
Чехія	4,14	3,70	3,26	3,13	4,15	4,1
Швеція	0,33	1,78	1,76	1,78	0,53	0,4

Джерело: складено автором на основі даних [19]

При цьому частка Німеччини в структурі експорту українських товарів до країн ЄС найбільше зросла у 2013 р., а у 2014-2015 рр. зростання показника дещо уповільнилось. Також значна частка експорту припадала на такі країни ЄС, як Італія (у 2012 р.), Польща (у 2013-2015 рр.).

Досліджуючи динаміку обсягу експорту послуг, побудуємо таблицю 2.7.

Таблиця 2.7

Обсяги експорту послуг з України у 2012-2017 рр., тис. дол. США

Показники	Роки					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Всього	13599128,0	14836264,2	11520850,7	9736654,2	9867999,7	10714369,5
В т.ч. по країнах ЄС	3744900	4195700	3991600	2927900	3004900	3452000

Джерело: складено автором на основі даних [19]

Отже, зростання загальної величини експорту послуг відбулось у 2013 та 2016-2017 рр., а до країн ЄС — у 2013 та 2016-2017 рр. При цьому зростання частки країн ЄС в загальній структурі експорту послуг спостерігалось у 2012-2013 та 2015 рр., а імпорту послуг — у 2011 та 2015 рр.

В таблиці 2.8 дослідимо обсяги експорту послуг з України за їх видами.

Таблиця 2.8

Динаміка обсягів експорту послуг з України за їх видами у 2012-2017 рр.,

тис. дол. США

Найменування послуги	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Усього	14096178,1	14233226,1	11520850,7	9736654,2	9867999,7	10714369,5
1	2	3	4	5	6	7
Послуги з переробки матеріальних ресурсів	1577828,2	1722083,1	1334394,1	1078345,1	1125705,2	1419720,3
послуги для переробки товарів з метою реалізації у внутрішній економіці	89340,2	15256,0	18695,3	18892,4	8702,3	20227,1
послуги для переробки товарів з метою реалізації за кордоном	1488488,0	1706827,1	1315698,8	1059452,7	1117002,9	1399493,2
Послуги з ремонту та технічного обслуговування, що не віднесені до інших категорій	602421,8	349678,9	298247,7	192224,7	231864,6	243965,8

Продовження табл. 2.8

1	2	3	4	5	6	7
Транспортні послуги	8287147,0	7981835,8	6101923,5	5263155,3	5300545,6	5861405,6
послуги морського транспорту	1099404,5	1022311,9	850878,8	735935,8	661619,1	612112,3
послуги повітряного транспорту	1485096,8	1299127,1	1071262,5	853618,5	882840,3	1091775,1
послуги залізничного транспорту	1574259,6	1531936,7	1098830,7	751254,1	561118,6	580897,5
послуги автомобільного транспорту	447267,2	438958,6	459623,7	249071,0	237949,1	273773,7
послуги трубопровідного транспорту	3247266,2	3329019,1	2207902,0	2258041,9	2630686,4	2998248,4
інші допоміжні та додаткові транспортні послуги	337766,1	275071,4	330069,7	341649,9	262868,2	239941,0
послуги поштової та кур'єрської служби	29818,1	44649,5	33725,3	23702,4	31194,4	30558,8
Послуги, пов'язані з подорожами	392542,7	358108,5	228049,1	200937,0	205236,3	242748,2
Послуги з будівництва	219010,9	224803,7	231960,0	291640,9	389262,9	102256,4
Послуги зі страхування	113797,1	87325,9	44814,0	46111,1	53745,7	39799,4
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	248310,1	337831,4	222101,1	190841,8	83142,8	74211,7
Роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності	56416,2	97376,1	97504,1	50963,3	29374,1	29079,6
Послуги у сфері телекомунікацій, комп'ютерні та інформаційні послуги	1113530,6	1477182,4	1675551,7	1585572,6	1644093,0	1760794,6
телекомунікаційні послуги	326567,8	344611,2	370334,9	352553,0	253853,1	190525,4
комп'ютерні послуги	646819,1	931508,3	1102009,8	997296,6	1145087,5	1311793,3
інформаційні послуги	140143,8	201062,9	203207,0	235723,0	245152,4	258475,8
Ділові послуги	1420037,1	1543770,4	1250398,7	816706,9	790618,1	921837,5
послуги дослідження та розробки	240763,4	262472,5	154911,4	143235,8	130862,3	125127,5
професійні та консалтингові послуги	503988,3	678219,0	535812,2	341505,4	359292,2	399073,2
наукові та технічні послуги	438084,9	426193,8	376271,4	189016,3	156085,1	201924,4
послуги сільського господарства та послуги видобутку	5060,3	3621,3	6551,9	4997,2	6759,4	14968,6
послуги операційного лізингу	69902,0	57110,3	54901,0	43005,7	32396,0	33177,2

Закінчення табл. 2.8

1	2	3	4	5	6	7
послуги, пов'язані з торгівлею, та посередницькі послуги	27306,9	49426,5	50948,7	45469,0	50408,0	82162,7
інші ділові послуги	131964,2	62750,1	69735,0	49457,5	54815,3	65401,1
Послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги	60318,9	35995,4	31298,8	15819,9	10831,4	14737,5
Державні та урядові послуги	4817,5	17234,6	4608,1	4335,9	3580,0	3812,9

Джерело: складено автором на основі даних [19]

Як бачимо, найбільшу частку в структурі експорту послуг займали транспортні послуги.

В таблиці 2.9 наведено структуру експорту послуг з України.

Таблиця 2.9

Структура експорту послуг з України за їх видами у 2012-2017 рр., %

Найменування послуги	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7
Послуги з переробки матеріальних ресурсів	11,19	12,10	11,58	11,08	11,41	13,25
Послуги з ремонту та технічного обслуговування, що не віднесені до інших категорій	4,27	2,46	2,59	1,97	2,35	2,28
Транспортні послуги	58,79	56,08	52,96	54,06	53,71	54,71
Послуги, пов'язані з подорожами	2,78	2,52	1,98	2,06	2,08	2,27
Послуги з будівництва	1,55	1,58	2,01	3,00	3,94	0,95
Послуги зі страхування	0,81	0,61	0,39	0,47	0,54	0,37
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	1,76	2,37	1,93	1,96	0,84	0,69
Роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності	0,40	0,68	0,85	0,52	0,30	0,27
Послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги	7,90	10,38	14,54	16,28	16,66	16,43
Ділові послуги	10,07	10,85	10,85	8,39	8,01	8,60
Послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги	0,43	0,25	0,27	0,16	0,11	0,14
Державні та урядові послуги	0,03	0,12	0,04	0,04	0,04	0,04

Джерело: складено автором на основі даних [19]

ТНК відіграють важливу роль у розвитку економіки України: вони надають робочі місця українцям, сплачують значні податки до державного бюджету, позитивно впливають на розвиток ринкової інфраструктури країни. Так, залучення іноземних інвестицій в країну здійснюється в тому числі за рахунок функціонування ТНК в країні, тому далі проаналізуємо надходження ПІІ в економіку України упродовж останніх років.

Упродовж останніх років, з часу здобуття Україною незалежності і станом на кінець 2017 року, загальна величина прямих іноземних інвестицій в Україну дещо зросла (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Прямі інвестиції (акціонерний капітал) у 2010-2017 рр., млн дол. США

Станом на 01.01	Прямі іноземні інвестиції в Україну	Прямі інвестиції з України
1	2	3
2010	38 992,9	5 760,5
2011	45 370,0	6 402,8
2012	48 197,6	6 435,4
2013	51 705,3	6 568,1
2014	53 704,0	6 702,9
2015	40 725,4	6 456,2
2016	36 154,5	6 315,2
2017	37 513,6	6 346,3
31.12.2017	39 144,0	6 339,8

Джерело: складено автором на основі даних [19]

З таблиці бачимо, що прямі іноземні інвестиції в Україну були значно більшими за обсягом, аніж інвестиції з України.

Також є очевидним зростання обсягу прямих інвестицій в Україну у 2011-2014 та 2016-2017 рр., проте у 2015 р. спостерігалось їх зменшення, зумовлене, у першу чергу, погіршенням інвестиційного клімату в країні через ситуацію на Сході та загальним зменшенням інвестиційної привабливості країни (рис. 2.9).

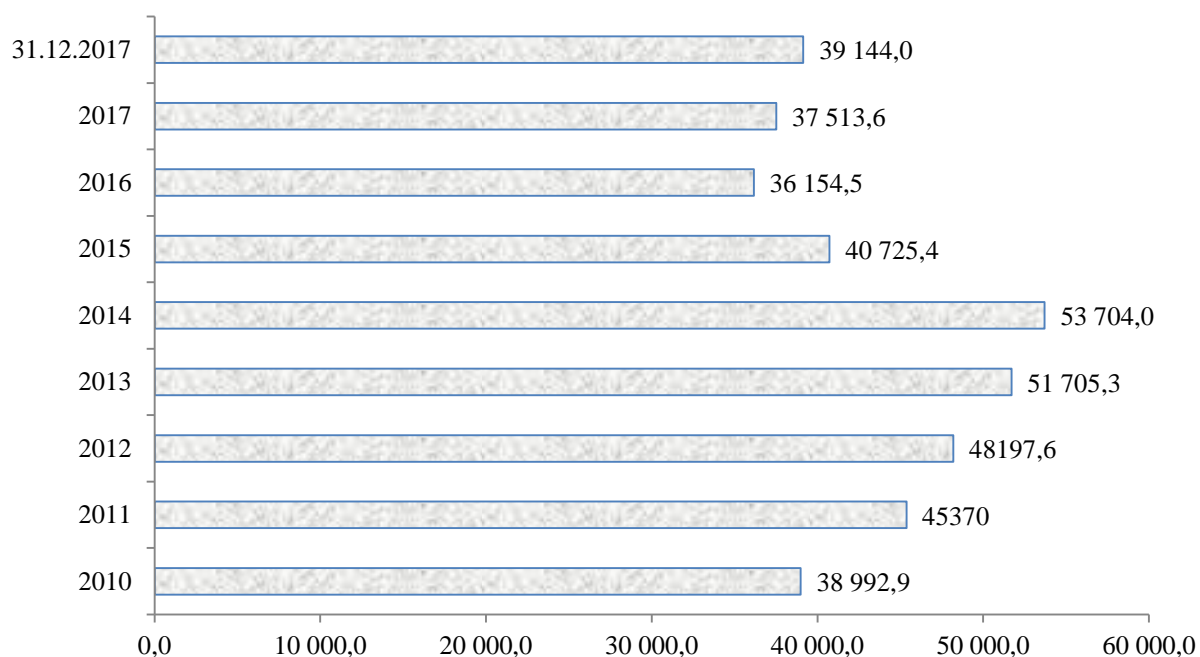


Рис. 2.9. Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну у 2010-2017 рр.,
млн дол. США

Джерело: складено автором на основі даних [19]

Протягом останніх років найбільше іноземних інвестицій надійшло до Києва, а також до Дніпровської, Донецької, Харківської, Київської, Луганської, Львівської, Одеської, Запорізької, Полтавської, Івано-Франківської областей (табл. 2.11).

В Україні у 2017 році на промислових підприємствах було зосереджено іноземні інвестиції за видами економічної діяльності наступним чином (табл. 2.12).

Таблиця 2.11

Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) у регіонах України у 2010-2017 рр., млн. дол. США

Область	Роки								
	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	31.12.2017
Усього	38 992,9	45 370,0	48 197,6	51 705,3	53 704,0	40 725,4	36 154,5	37 513,6	39 144,0
Вінницька	184,6	205,3	226,4	248,2	309,4	223,0	187,8	180,0	203,4
Волинська	332,4	218,6	291,4	380,5	341,3	271,2	247,1	249,4	265,4
Дніпропетровська	8 611,0	10 620,3	10 183,3	9 880,1	8 913,0	5 775,8	4 009,9	3 491,1	3 815,5
Донецька	3 720,6	4 329,2	3 559,9	3 566,7	3 789,1	2 322,0	1 748,0	1 249,6	1 216,0
Житомирська	206,6	226,6	306,2	336,9	362,9	259,8	222,7	216,3	230,0
Закарпатська	363,7	364,4	348,5	406,4	437,5	334,2	311,8	317,0	328,4
Запорізька	866,1	902,8	937,5	1 027,6	1 075,3	843,4	682,7	859,1	915,7
Івано-Франківська	615,4	492,8	624,0	642,7	813,8	925,9	836,6	826,6	908,6
Київська	1 488,5	1 574,2	1 714,8	1 798,2	1 951,5	1 750,3	1 593,4	1 516,8	1 565,1
Кіровоградська	69,8	52,1	59,5	90,9	147,1	70,6	52,5	58,9	68,3
Луганська	579,2	629,5	713,3	785,5	826,4	578,2	443,9	436,4	441,5
Львівська	1 131,6	1 186,8	1 300,4	1 315,8	1 379,5	1 197,7	1 101,0	1 111,4	1 187,7
Миколаївська	162,7	165,4	152,3	244,7	282,8	228,9	212,8	213,5	209,3
Одеська	1 042,0	1 107,3	1 220,5	1 629,1	1 671,7	1 430,4	1 330,1	1 330,4	1 363,2
Полтавська	449,9	550,3	701,2	942,3	1 064,7	1 039,4	1 000,1	1 003,0	1 049,0
Рівненська	275,2	276,8	259,6	277,9	292,6	242,5	199,6	159,5	169,3
Сумська	243,5	359,6	361,8	386,5	422,7	263,3	199,1	190,0	186,8
Тернопільська	66,5	59,8	61,9	63,9	68,9	55,8	49,2	48,2	45,0
Харківська	2 082,7	2 716,8	2 814,2	2 174,3	2 131,9	1 728,8	1 554,6	639,0	658,2
Херсонська	179,6	185,5	188,6	251,5	275,2	208,2	211,0	201,3	216,9
Хмельницька	219,6	183,0	186,8	205,1	224,5	189,1	165,5	158,2	172,0
Черкаська	222,5	289,4	285,7	882,5	887,9	512,9	348,0	334,4	337,8
Чернівецька	61,8	61,9	61,9	64,2	80,2	68,6	59,1	57,1	57,7
Чернігівська	88,8	94,9	100,9	105,0	128,4	99,8	92,1	241,3	429,7
м. Київ	15 728,6	18 516,5	21 537,0	23 998,6	25 825,6	20 105,5	19 296,0	22 425,1	23 103,4

Джерело: складено автором на основі даних [19]

Таблиця 2.12

Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) в Україні у 2010-2017 рр. за видами економічної діяльності (на початок року)

Галузі	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	31.12.2017
Усього, в т.ч.:	38 992,9	45 370,0	48 197,6	51 705,3	53 704,0	40 725,4	36 154,5	37 513,6	39 144,0
Сільське, лісове та рибне господарство	669,2	719,5	725,3	717,8	776,9	617,0	502,2	586,2	621,9
Промисловість	16 473,7	18 693,8	17 303,8	18 031,1	17 681,4	12 419,4	9 893,6	9 667,6	10 685,6
Будівництво	1 082,2	1 111,2	1 176,8	1 408,5	1 580,0	1 301,9	1 104,1	1 043,3	1 052,1
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	4 341,1	4 681,1	5 346,1	6 070,6	6 807,8	6 037,6	5 247,4	5 106,5	5 140,8
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	923,6	1 027,1	1 073,1	1 427,6	1 535,3	1 355,5	1 088,0	1 086,0	1 164,4
Тимчасове розміщення й організація харчування	354,1	353,0	374,6	411,5	446,5	382,3	332,6	330,0	339,6
Інформація та телекомунікації	1 572,3	1 734,9	1 982,7	1 840,4	1 894,7	1 646,2	2 089,4	2 075,7	2 163,6
Фінансова та страхова діяльність	8 973,2	11 498,3	12 908,1	13 094,9	12 261,4	8 790,3	8 382,0	9 910,7	10 213,3
Операції з нерухомим майном	2 371,3	3 045,6	3 508,9	3 878,3	4 768,3	3 979,4	3 882,1	3 764,4	3 790,6
Професійна, наукова та технічна діяльність	1 133,1	1 182,0	2 072,5	2 831,0	4 006,8	2 634,5	2 222,6	2 253,5	2 303,6
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	872,1	1 110,8	1 480,3	1 760,4	1 686,9	1 340,2	1 222,7	1 507,3	1 486,3
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	*	*	*
Освіта	25,9	7,6	6,7	9,1	12,0	10,7	16,0	21,8	21,7
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	49,8	50,7	50,4	59,3	59,9	50,7	44,0	44,5	46,2
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	122,4	130,9	155,2	138,7	157,0	141,0	112,5	100,7	98,3
Надання інших видів послуг	28,5	23,5	33,0	26,1	28,9	18,4	*	*	*

Джерело: складено автором на основі даних [19]

Після проведення у 2015 році реструктуризації боргів для вітчизняних компаній корпоративного сектору та державних фінансів іноземні інвестори знову почали проявляти інтерес до інвестиційних проектів в Україні у найбільш перспективних галузях — харчовій промисловості та у сільському господарстві. Проте, так зване «боргове вікно» для вітчизняних компаній поки що закрите. Однак зазначимо, що позитивні тенденції вже відчутні. Упродовж двох останніх років в Україну не здійснювалось значних іноземних інвестицій, а іноземний капітал надходив лише у формі фінансової допомоги з боку МВФ й інших країн.

Проте, ситуація дещо змінюється. Так, в Україні почали працювати Фонд Сороса та компанія Unilever, які мають наміри вкладати кошти у вітчизняне виробництво. Наразі почали запускатися невеликі проекти, проте, на нашу думку, протягом наступних десяти років відбудеться запуск ще декількох, більш масштабних.

2.3. Оцінювання діяльності торгово-промислових палат за послугами та за структурою діяльності

Використовуючи річні звіти про діяльність ТПП України за 2014-2017 рр., проаналізуємо динаміку доходів за видами послуг (табл. 2.13).

Як бачимо, найбільшу величину доходів ТПП України отримує від надання консультаційних послуг, сертифікації походження, належності до власного виробництва, видачі карнетів АТА, надання провайдерських послуг та обслуговування програмних комплексів.

Таблиця 2.13

Динаміка доходів ТПП України за видами наданих послуг у 2014-2017 рр.,

тис. грн.

Показники	Роки			
	2014	2015	2016	2017
Сертифікація походження, належності до власного виробництва	152383	150446	99612	168022
Проведення експертиз	41207	44372	48683	62215
Декларування, брокерські послуги	14059	14845	17711	25067
Проведення виставок	8477	10588	10168	14836
Інформаційні послуги	6275	6703	7983	10806
Зовнішньоекономічні послуги	4179	7990	6915	10353
Переклади	5606	6585	6981	8004
Юридичні послуги	5467	4259	4934	7800
Оренда	6041	5052	6275	7238
Оцінка вартості майна	5682	8218	7748	7200
Навчання	5512	3229	5333	5730
Сприяння розвитку бізнесу	886	3027	3866	4072
Товарна нумерація	2425	2749	3758	4002
Видача карнетів АТА	1481	2112	2683	3983
Патентно-ліцензійні послуги	630	1070	1484	1786
Транспортні послуги	420	729	846	1000
Провайдерські послуги	337	407	509	702
Рекламно-видавничі послуги	665	924	885	630
Обслуговування програмних комплексів	385	309	389	526
Консультаційні послуги	274	132	224	513
Комплексні послуги в галузі впровадження системи якості	112	364	541	477
Землевпорядні послуги	204	185	331	x
Туристичні послуги	387	565	258	x
Сприяння роботі підвідомчих підприємств	1676	1949	1517	x
Екологічні послуги	59	106	116	x
Ведення недержавних реєстрів	14	19	25	x
Громадське харчування	645	410	x	x
Аудиторські послуги	x	1	1	x
Електровимірювальні послуги	121	135	131	x
Ксерокопіювання	32	28	23	x
Оформлення документів для в'їзду в Україну та виїзду за кордон	257	118	168	x
Сертифікація відповідності	3286	272	221	x
Проведення тендерів	39	41	42	x
Проведення аукціонів	0	26	x	x
Дошкільна освіта	249	74	x	x
Ріелторські послуги	6	x	x	x
Інші послуги	9441	12764	14835	22852
Усього доходів від надання послуг	278919	290803	255196	367814

Джерело: складено автором на основі даних [26]

Варто зазначити, що загальна величина доходів ТПП України від надання послуг зросла у 2015 та 2017 рр., проте у 2016 р. вона зменшилась (рис. 2.10).

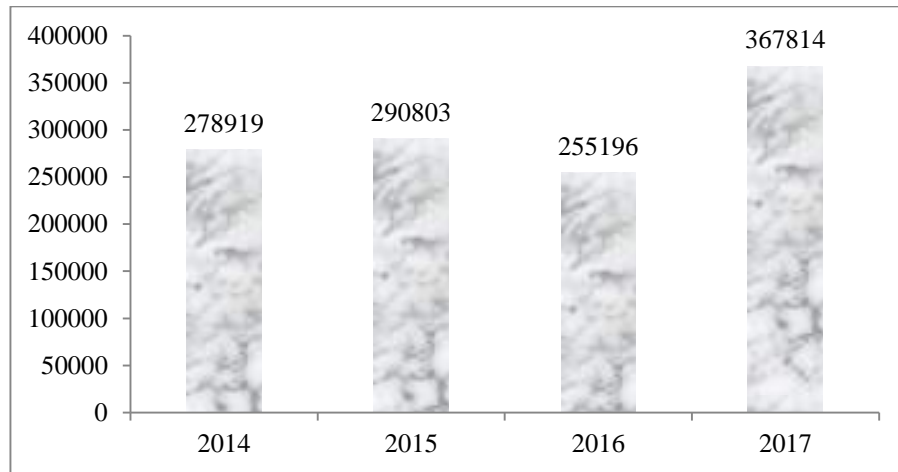


Рис. 2.10. Динаміка доходів ТПП України від наданих послуг у 2014-2017 рр., тис. грн.

Джерело: складено автором на основі даних [26]

Також слід зазначити, що в загальній величині доходів ТПП України у 2015-2017 рр. доходи від надання послуг займали значну частку, і лише у 2014 р. інші позареалізаційні доходи були значно більшими (рис. 2.11).

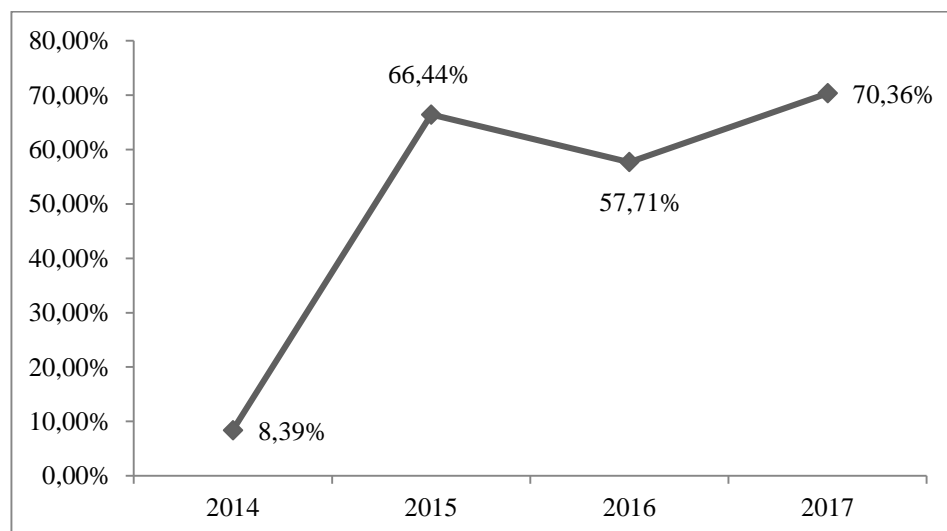


Рис. 2.10. Частка доходів ТПП України від наданих послуг в загальній величині доходів у 2014-2017 рр., тис. грн.

Джерело: складено автором на основі даних [26]

Варто відзначити значне зростання величини доходів від надання консультаційних послуг (на 129%), сертифікації походження, належності до власного виробництва (68,7%), видачі карнетів АТА (на 48,5%), надання провайдерських послуг (на 37,9%) та обслуговування програмних комплексів (на 35,2%) (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Динаміка доходів ТПП України у 2015-2017 рр. в розрізі наданих послуг, тис. грн.

Показники	Абсолютне відхилення			Темп приросту, %		
	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016
1	2	3	4	5	6	7
Сертифікація походження, належності до власного виробництва	-1937	-50834	68410	-1,3	-33,8	68,7
Проведення експертиз	3165	4311	13532	7,7	9,7	27,8
Декларування, брокерські послуги	786	2866	7356	5,6	19,3	41,5
Проведення виставок	2111	-420	4668	24,9	-4,0	45,9
Інформаційні послуги	428	1280	2823	6,8	19,1	35,4
Зовнішньоекономічні послуги	3811	-1075	3438	91,2	-13,5	49,7
Переклади	979	396	1023	17,5	6,0	14,7
Юридичні послуги	-1208	675	2866	-22,1	15,8	58,1
Оренда	-989	1223	963	-16,4	24,2	15,3
Оцінка вартості майна	2536	-470	-548	44,6	-5,7	-7,1
Навчання	-2283	2104	397	-41,4	65,2	7,4
Сприяння розвитку бізнесу	2141	839	206	241,6	27,7	5,3
Товарна нумерація	324	1009	244	13,4	36,7	6,5
Видача карнетів АТА	631	571	1300	42,6	27,0	48,5
Патентно-ліцензійні послуги	440	414	302	69,8	38,7	20,4
Транспортні послуги	309	117	154	73,6	16,0	18,2
Провайдерські послуги	70	102	193	20,8	25,1	37,9
Рекламно-видавничі послуги	259	-39	-255	38,9	-4,2	-28,8
Обслуговування програмних комплексів	-76	80	137	-19,7	25,9	35,2
Консультаційні послуги	-142	92	289	-51,8	69,7	129,0
Комплексні послуги в галузі впровадження системи якості	252	177	-64	225,0	48,6	-11,8
Землевпорядні послуги	-19	146	-331	-9,3	78,9	-100,0
Туристичні послуги	178	-307	-258	46,0	-54,3	-100,0

Продовження табл. 2.14

1	2	3	4	5	6	7
Сприяння роботі підвідомчих підприємств	273	-432	-1517	16,3	-22,2	-100,0
Екологічні послуги	47	10	-116	79,7	9,4	-100,0
Ведення недержавних реєстрів	5	6	-25	35,7	31,6	-100,0
Громадське харчування	-235	-410	0	-36,4	-100,0	-
Аудиторські послуги	1	0	-1	100,0	0,0	-100,0
Електровимірювальні послуги	14	-4	-131	11,6	-3,0	-100,0
Ксерокопіювання	-4	-5	-23	-12,5	-17,9	-100,0
Оформлення документів для в'їзду в Україну та виїзду за кордон	-139	50	-168	-54,1	42,4	-100,0
Сертифікація відповідності	-3014	-51	-221	-91,7	-18,8	-100,0
Проведення тендерів	2	1	-42	5,1	2,4	-100,0
Проведення аукціонів	26	-26	0	100,0	-100,0	-
Дошкільна освіта	-175	-74	0	-70,3	-100,0	-
Ріелторські послуги	-6	0	0	-100,0	-	-
Інші послуги	3323	2071	8017	35,2	16,2	54,0
Усього доходів від надання послуг	11884	-35607	112618	4,3	-12,2	44,1

Джерело: складено автором на основі даних [26]

В структурі доходів найбільше було отримано доходу від надання наступних послуг:

- сертифікація походження, належності до власного виробництва (у 2014-2017 рр.);
- проведення експертиз (у 2014-2017 рр.) (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

Структура доходів ТПП України за видами наданих послуг у 2014-2017 рр.,

%

Показники	Роки			
	2014	2015	2016	2017
Сертифікація походження, належності до власного виробництва	54,63	51,73	39,03	45,68
Проведення експертиз	14,77	15,26	19,08	16,91
Декларування, брокерські послуги	5,04	5,1	6,94	6,82
Проведення виставок	3,04	3,64	3,98	4,03
Інформаційні послуги	2,25	2,3	3,13	2,94
Зовнішньоекономічні послуги	1,5	2,75	2,71	2,81
Переклади	2,01	2,26	2,74	2,18
Юридичні послуги	1,96	1,46	1,93	2,12
Оренда	2,17	1,74	2,46	1,97

Продовження табл. 2.15

Оцінка вартості майна	2,04	2,83	3,04	1,96
Навчання	1,98	1,11	2,09	1,56
Сприяння розвитку бізнесу	0,32	1,04	1,51	1,11
Товарна нумерація	0,87	0,95	1,47	1,09
Видача карнетів АТА	0,53	0,73	1,05	1,08
Патентно-ліцензійні послуги	0,23	0,37	0,58	0,49
Транспортні послуги	0,15	0,25	0,33	0,27
Провайдерські послуги	0,12	0,14	0,2	0,19
Рекламно-видавничі послуги	0,24	0,32	0,35	0,17
Обслуговування програмних комплексів	0,14	0,11	0,15	0,14
Консультаційні послуги	0,1	0,05	0,09	0,14
Комплексні послуги в галузі впровадження системи якості	0,04	0,13	0,21	0,13
Землевпорядні послуги	0,07	0,06	0,13	0
Туристичні послуги	0,14	0,19	0,1	0
Сприяння роботі підвідомчих підприємств	0,6	0,67	0,59	0
Екологічні послуги	0,02	0,04	0,05	0
Ведення недержавних реєстрів	0,01	0,01	0,01	0
Громадське харчування	0,23	0,14	0	0
Аудиторські послуги	0	0	0	0
Електровимірювальні послуги	0,04	0,05	0,05	0
Ксерокопіювання	0,01	0,01	0,01	0
Оформлення документів для в'їзду в Україну та виїзду за кордон	0,09	0,04	0,07	0
Сертифікація відповідності	1,18	0,09	0,09	0
Проведення тендерів	0,01	0,01	0,02	0
Проведення аукціонів	0	0,01	0	0
Дошкільна освіта	0,09	0,03	0	0
Ріелторські послуги	0	0	0	0
Інші послуги	3,38	4,38	5,81	6,21
Усього доходів від надання послуг	100,00	100,00	100,00	100,00

Джерело: складено автором на основі даних [26]

Таким чином, дані послуги користуються найбільшим попитом. Так, частка послуг з сертифікації походження, належності до власного виробництва, а також проведення експертиз, виставок, зовнішньоекономічних, консультаційних та юридичних послуг, послуг по видачі карнетів АТА зростала у 2017 р. (рис. 2.11).

Також слід відмітити, що у 2015-2016 рр. ТПП Україна проводила багато заходів, в т.ч. — міжнародних. Так, у 2017 р. було організовано перший міжнародний бізнес-форум української діаспори (18-19 травня), в

якому взяли участь 253 українських бізнесмени із 14 країн світу (в основному — Європи та СНД).

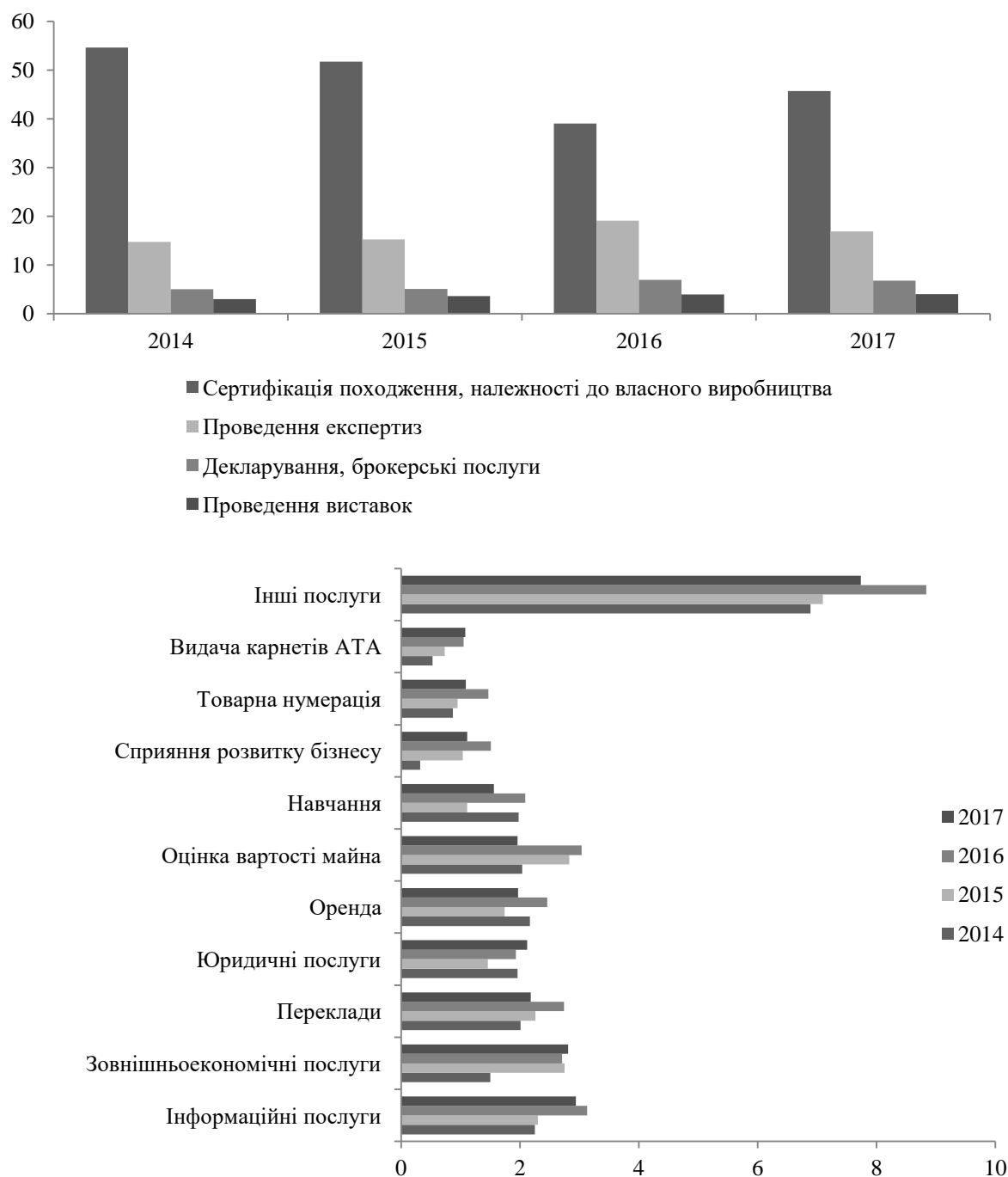


Рис. 2.11. Структура доходів ТПП України за видами наданих послуг у 2014-2017 рр., %

Джерело: складено автором на основі даних [26]

Таким чином, основною метою діяльності ТПП України на майбутнє є створення та підтримка сприятливого середовища для ведення бізнесу в Україні і посилення міжнародної ділової співпраці «Україна — світ».

Висновки до розділу 2

За результатами проведеного дослідження зроблено ряд висновків:

1. На діяльність підприємств здійснюють вплив багато факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Для українських підприємств ці фактори, у світлі погіршення у 2014-2016 рр. економічної ситуації в країні, загострення політичної ситуації внаслідок військового конфлікту із Росією, справляють негативний вплив та спричиняють зниження ефективності їх функціонування, в т.ч. — їх ЗЕД. Така негативна тенденція змушує стверджувати, що відновлення української економіки відбувається незначними темпами, оскільки промисловість країни вимагає державної підтримки. Таку підтримку підприємствам надає ТПП України, сприяючи їх розвитку, у т.ч. — на міжнародній арені.

Проаналізовані фінансові результати діяльності ТПП України свідчать про її прибуткову діяльність, а її доходи у 2015-2017 рр. в основному формувались від надання різноманітних послуг юридичним особам та ФОП. Основна підтримка надається малим та середнім підприємствам, кількість яких значно більша за кількість великих підприємств і які в більшій мірі підпадають під негативний вплив факторів зовнішнього середовища, аніж великі підприємства.

2. За результатами аналізу показників та тенденцій розвитку міжнародного бізнесу в Україні можна стверджувати, що обсяги експорту продукції з України зросли лише у 2017 р. (аналізувався період 2013-2017 рр.), і основна частка експорту у 2017 р. припадала на Білорусь, Єгипет та Індію. Проте, хоча величина експорту у 2017 р., його частка у ВВП України зменшилась з 38,99% до 38,44%. При цьому позитивним є зростання

експорту продукції до країн ЄС, що зумовлено у першу чергу євроінтеграційним курсом України та створенням ЗВТ та наданням торговельних преференцій українським товарам. З європейських країн найбільше товарів експортовано до Польщі, Італії та Німеччини.

Експорт послуг з України зріс у 2016-2017 рр., в т.ч. — і до країн ЄС. Найбільше екпортувалось транспортних послуг, а також значну частку займали послуги з переробки матеріальних ресурсів. Також зазначено, що надходження ППІ в економіку України зросли у 2016-2017 рр., а з України — зменшились у 2017 р.

3. Дослідивши динаміку доходів ТПП України за видами наданих нею послуг, ми дійшли висновку, що загальна величина доходів ТПП України від надання послуг зросла у 2015 та 2017 рр., проте у 2016 р. вона зменшилась. В загальній величині доходів ТПП України у 2015-2017 рр. доходи від надання послуг займали значну частку, і лише у 2014 р. інші позареалізаційні доходи були значно більшими.

Також було звернуто увагу на значне зростання величини доходів від надання консультаційних послуг (на 129%), сертифікації походження, належності до власного виробництва (68,7%), видачі карнетів АТА (на 48,5%), надання провайдерських послуг (на 37,9%) та обслуговування програмних комплексів (на 35,2%). В структурі доходів найбільше було отримано доходу від сертифікації походження, належності до власного виробництва, а також від проведення експертиз.

РОЗДІЛ 3

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВИХ ПАЛАТ ЯК ПРЕДСТАВНИЦЬКИХ ІНСТИТУЦІЙ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

3.1. Удосконалення методики оцінювання ефективності торгово-промислових палат на базі сучасних підходів до аналізу діяльності неприбуткових організацій

Торгово-промислова палата України (ТПП України), як некомерційна організація (НКО), значно впливає як на економічну діяльність, так і на сучасне суспільство в цілому. НКО успішно конкурують з підприємствами Першого і Другого сектора, маючи перевагу у виконанні деяких важливих функцій для економічного і соціального розвитку країни. Крім того, вони здатні залучати значні ресурси для здійснення своїх цілей. Тому для стейкхолдерів важливо мати уявлення про те, наскільки успішно і якісно некомерційні організації досягають поставлених завдань.

Оцінка ефективності діяльності ТПП України дозволяє не лише отримати уявлення про використання потенціалу, але також підвищити прозорість і підзвітність ТПП. Стейкхолдери (донори, споживачі послуг, керівництво і персонал некомерційної організації, держава) за допомогою даних оцінок можуть приймати важливі рішення.

Однак проводити оцінку успішної роботи некомерційних організацій, в т.ч. — ТПП України, складніше, ніж комерційних. Це пов'язано з тим, що бізнес-сектор націлений на отримання прибутку, і саме на цьому показнику ґрунтуються розрахунки ефективності діяльності комерційних підприємств. У ситуації з НКО такі коефіцієнти, як капіталізація, прибутковість і ефективність, не можуть бути використані для аналізу успішності досягнення поставлених цілей. Причина полягає в тому, що цілі некомерційної організації практично не піддаються вимірюванню, а вироблені товари і

послуги не мають ринкові ціни. Внаслідок цього при оцінці ефективності діяльності ТПП України варто використовувати показники, що враховують її специфіку, тобто соціальну спрямованість.

Розмірковуючи про оцінку ефективності діяльності ТПП України, необхідно, перш за все, дати визначення даного поняття. Сама по собі оцінка позначає процес збору інформації про результати минулої діяльності з метою прийняття рішення про неї. Оцінка ефективності організації (надалі ОЕО) являє собою оцінку стану організації в цілому, тобто наскільки успішно підприємство виконує встановлену місію. Крім того, оцінка передбачає як відстеження успіху в досягненні цілей, так і в тому, наскільки ефективно вони були виконані.

Сучасна наукова література пропонує на сьогоднішній день різні методи оцінки некомерційних організацій: статистичні, регресивні, динамічні і оптимізаційні.

Статистичний підхід передбачає порівняння цільових і фактичних показників. Кінцевий показник розраховується як відношення планових і фактичних результатів діяльності некомерційної організації.

Динамічний метод полягає у визначенні чистих грошових потоків, які акумулюються некомерційними організаціями внаслідок здійснення соціальних проектів. Даний спосіб оцінки ефективності аналогічний інвестиційному аналізу комерційних підприємств, однак відрізняється складністю вираження соціальної діяльності в грошовому еквіваленті.

Кореляційно-регресійний аналіз дає можливість оцінити силу зв'язку між соціальними продуктами НКО і її витратами. Виведені регресивні моделі дозволяють прогнозувати показники успішної роботи некомерційного підприємства.

Оптимізаційний метод визначає межу виробничих можливостей і показник ефективності, який відображає віддаленість від неї ТПП України. Для цього вводиться цільова функція, а також обмеження на витрати і результати діяльності підприємства.

Грунтуючись на дослідженнях, представлених наукових дослідженнях, можна зробити висновок, що жоден з методів не усуває повністю всі проблеми, пов'язані зі специфікою НКО. Однак найбільш кращі динамічні методи, які вирішують проблеми обліку в часі витрат і соціальних результатів діяльності ТПП України.

Оскільки ТПП України має свою специфіку роботи господарського механізму, для оцінки ефективності її діяльності потрібні особливі показники. Некомерційні організації відрізняються від комерційних підприємств двоїстим характером оцінювання ефективності їх діяльності. Це означає, що крім економічних показників, тут велика увага приділяється результатом соціальних коефіцієнтів, так як саме вони відображають ступінь досягнення цілей некомерційної організації.

Основними показниками некомерційного підприємства, з урахуванням результатів соціальної ефективності, що є значною частиною оцінки його некомерційних проектів, є показники:

- коефіцієнт соціальної рентабельності;
- показник чистої приведеної соціальної вартості;
- індекс соціальної прибутковості;
- коефіцієнт внутрішньої норми соціальної прибутковості.

Ефективність діяльності ТПП України визначається значенням соціальної рентабельності. Чим вона вища, тим більш ефективною є його діяльність. Однак необхідно враховувати, що роботи та послуги з високою соціальною рентабельністю, як правило, економічно нерентабельні. Тому важливо, щоб сума соціальної і фінансової прибутковості була більше нуля.

Подібну оцінку можна отримати за допомогою показника загальної рентабельності проекту або TR (Total Return Rate):

$$TR = R + SROI = \frac{\text{Чистий прибуток} + \text{Соціальний ефект}}{\text{Витрати}} \quad (3.1)$$

де:

R — економічна рентабельність;

SROI (Social Return On Investment) — соціальна рентабельність.

У свою чергу соціальна рентабельність включає в себе такий показник, як соціальний ефект. Під «соціальним ефектом» розуміється підвищення матеріального і культурного рівня життя громадян, повніше задоволення їх потреб у товарах і послугах, поліпшення умов і техніки безпеки праці, зниження частки важкої ручної праці та ін. Основна проблема розрахунку показника SROI полягає в труднощі грошової оцінки соціального ефекту.

Саме тому динамічний підхід буває неефективним в тих випадках, коли соціальний ефект можна виразити лише якісним шляхом. Все залежить від доступності даних і від творчого підходу дослідника.

Найпростіший для розрахунків — індекс соціальності Вайсброда. Результат буде залежати лише від якісно складеної річної звітності.

$$PI = \frac{\text{Доходи від надання соціальних благ}}{\text{Доходи від надання приватних благ}} \quad (3.2)$$

Доходи від надання суспільних благ мають на увазі підтримку підприємницької діяльності в Україні, зовнішньоекономічної діяльності підприємств, їх розвитку тощо. Доходи від надання приватних благ — членські та спонсорські внески учасників ТПП України, доходи від реалізації товарів і послуг.

Таким чином, даний індекс показує рівень виробництва соціальних ефектів в ТПП України. З його допомогою оцінюється ступінь самофінансування організації. Значення індексу можуть змінюються від нуля до нескінченності. Коли значення даного показника дорівнює нулю, підприємство знаходиться на повному самофінансуванні. Чим вище отримане значення, тим нижче рівень самофінансування, а значить, і діяльність організації в основному спрямована на створення суспільних благ (на досягнення соціальних ефектів).

Індекс соціальної рентабельності SROI не лише один з найважливіших, але також складних для обчислення індексів, оскільки в нього входить показник соціального ефекту. Розраховується він за аналогією з індексом економічної рентабельності, як відношення грошової оцінки соціального ефекту до витрат на виробництво даного соціального ефекту.

$$SR = \frac{\text{Соціальний ефект}}{\text{Витрати}} \quad (3.3)$$

SROI — це метод оцінки додаткової фінансової цінності (екологічної та соціальної цінності, яка не відображена в традиційних фінансових звітах) ТПП України щодо вкладених в неї коштів. Показник може використовуватися будь-яким підприємством для оцінки впливу його діяльності на стейкхолдерів, для визначення способів поліпшення продуктивності і підвищення ефективності інвестицій.

Суть його полягає в тому, щоб включити в себе цінності людей, виражені в грошовому еквіваленті (які часто виключаються з ринків) для того, щоб дати людям право голосу у прийнятті рішень про розподіл ресурсів.

Показник чистої приведеної соціальної вартості — NPSV — розраховується як:

$$NPSV = \sum_{t=1}^n \frac{\text{соціальні цінність } t-}{(1+k_s)^t} - \text{початкові інвестиції} \quad (3.4)$$

Показник «соціальна цінність» зазвичай розраховується спрощеним методом як різниця між пільговими цінами послуг ТПП України і цінами аналогічних послуг комерційного підприємства (або якщо послуги безкоштовні, береться повна вартість їх аналогів) та помножена на кількість індивідів, які скористалися послугами ТПП України.

З метою оцінки ефективності діяльності ТПП України пропонуємо застосовувати наступний алгоритм (рис. 3.1).

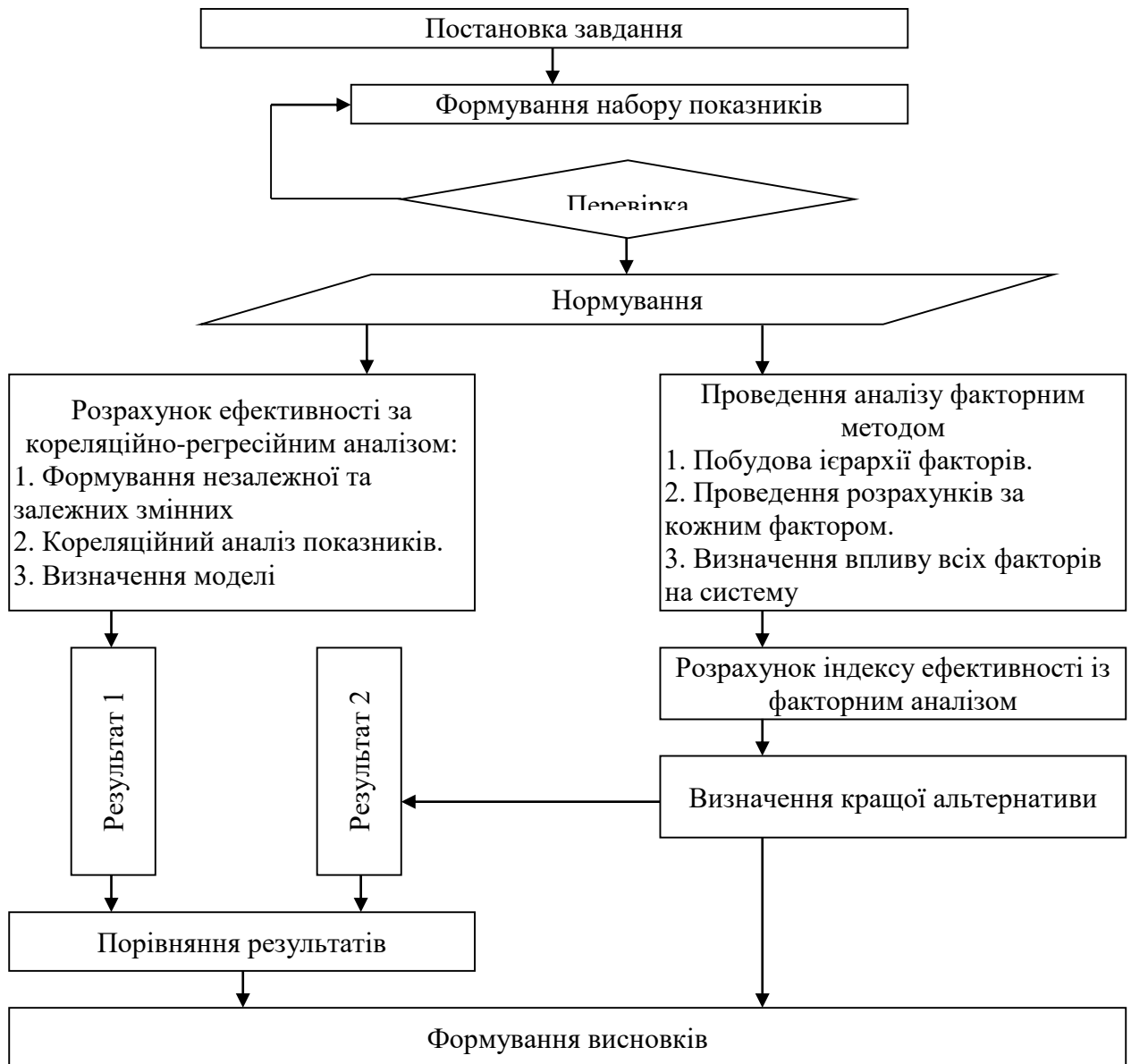


Рис. 3.1. Модель оцінки ефективності діяльності ТПП України

Далі сформуємо статистичну базу для розрахунку ефективності діяльності ТПП України, який буде здійснено для побудови кореляційно-регресійної моделі (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Статистична база для розрахунку ефективності діяльності ТПП України

Показники	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Експорт товарів, млн. дол. США	36368	49296,1	66967,3	39695,7	51405,2	68394,2	68809,8	63320,7	53901,7	38127,1	36361,7	43264,7
Експорт послуг, млн. дол. США	8723,8	9038,9	11741,3	9598,3	11759,4	13792,2	13599,1	14836,3	11520,8	9736,6	9868,0	10714,3
Прямі інвестиції в Україну, млн. дол. США	16890,0	21607,3	29542,7	35616,4	40053,0	44708,0	49494,4	53178,1	53704,0	40725,4	36154,5	37513,6

Джерело: складено автором на основі даних [19]

Нижче буде використано кореляційно-регресійний аналіз для прогнозування подальшого розвитку ТПП України за допомогою використання математичних моделей.

Перша модель: залежність чисельності членської бази ТПП України від експорту товарів та послуг, від об'єму прямих інвестицій в Україну.

Економічні явища, як правило, визначаються більш чим одним одночасно та сукупно діючих факторів. У зв'язку з цим виникає задача дослідження залежності однієї залежної змінної Y від декількох пояснюючих змінних X_1, X_2, \dots, X_m . Ця задача вирішується за допомогою множинного регресійного аналізу. Множинна регресія широко використовується при рішенні питань попиту, доходності акцій, при вивченні витрат виробництва, у макроекономічних розрахунках тощо. Множинна лінійна регресія має вигляд:

$$y = a_0 + a_1 \cdot x_1 + a_2 \cdot x_2 + \dots + a_m \cdot x_m + u \quad (3.5)$$

де y — залежна змінна,

x_1, x_2, \dots, x_m — фактори (незалежні пояснюючі змінні),

$a_0, a_1, a_2, \dots, a_m$ — оцінки параметрів моделі

У нашому випадку:

Y — Динаміка членської бази ТПП України

X_1 — Експорт товарів, млн. дол. США

X_2 — Експорт послуг, млн. дол. США

X_3 — Прямі інвестиції в Україну, млн. дол. США

Вихідні дані зображені в таблиці 3.2

Таблиця 3.2

Вихідні дані для розрахунку множинної лінійної регресії залежності чисельності членської бази ТПП України від експорту товарів та послуг, від об'єму прямих інвестицій в Україну

Показники	y	x_1	x_2	x_3
1	2	3	4	5
2006	7569	36368	8723,8	16890
2007	8139	49296,1	9038,9	21607,3
2008	8863	66967,3	11741,3	29542,7
2009	8930	39695,7	9598,3	35616,4
2010	9070	51405,2	11759,4	40053
2011	9363	68394,2	13792,2	44708
2012	9660	68809,8	13599,1	49494,4
2013	9387	63320,7	14836,3	53178,1
2014	8800	53901,7	11520,8	53704
2015	8696	38127,1	9736,6	40725,4
2016	8283	36361,7	9868	36154,5
2017	8203	43264,7	10714,3	37513,6

Специфікуємо модель, тобто в даному випадку визначимо її аналітичну форму:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + u, \quad (3.6)$$

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 \quad (3.7)$$

Оцінимо параметри моделі на основі методу 1МНК, попередньо висунувши гіпотезу, що всі чотири передумови для його застосування дотримані.

Оператор оцінювання параметрів моделі за 1МНК має вигляд:

$$\hat{A} = (X'X)^{-1} X'Y, \quad (3.8)$$

Знаходимо спочатку матрицю X' (рис. 3.2.).

15	Модель 1												
16	Показники	y	x1	x2	x3								
17	2006	7569	36368	8723,8	16890			7569			1	36368	8723,8
18	2007	8139	49296,1	9038,9	21607,3			8139			1	49296,1	9038,9
19	2008	8863	66967,3	11741,3	29542,7			8863			1	66967,3	11741,3
20	2009	8930	39695,7	9598,3	35616,4			8930			1	39695,7	9598,3
21	2010	9070	51405,2	11759,4	40053			9070			1	51405,2	11759,4
22	2011	9363	68394,2	13792,2	44708	Y		9363	X		1	68394,2	13792,2
23	2012	9660	68809,8	13599,1	49494,4			9660			1	68809,8	13599,1
24	2013	9387	63320,7	14836,3	53178,1			9387			1	63320,7	14836,3
25	2014	8800	53901,7	11520,8	53704			8800			1	53901,7	11520,8
26	2015	8696	38127,1	9736,6	40725,4			8696			1	38127,1	9736,6
27	2016	8283	36361,7	9868	36154,5			8283			1	36361,7	9868
28	2017	8203	43264,7	10714,3	37513,6			8203			1	43264,7	10714,3
29													
30													
31		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32		36368	49296,1	66967,3	39695,7	51405	68394,2	68809,8	63320,7	53901,7	38127,1	36361,7	43264,7
33		8723,8	9038,9	11741,3	9598,3	11759	13792,2	13599,1	14836,3	11520,8	9736,6	9868	10714,3
34	X'	16890	21607,3	29542,7	35616,4	40053	44708	49494,4	53178,1	53704	40725,4	36154,5	37513,6

Рис. 3.2 Отримання матриці X' з використанням формули «ТРАНСП»

Знаходимо матрицю операторів (рис. 3.3.).

[illegible]

Рис. 3.3 одержання матриці операторів з використанням формули «МУМНОЖ»

Отримали модель:

$$y = 6389,649066 + 0,0215x_1 + 0,0181x_2 + 0,0273x_3 \quad (3.9)$$

Перевіривши правильність результатів через функцію «ЛИНЕЙН», дійшли висновку, що результати співпадають.

Значення коефіцієнту детермінації дорівнює 0,7, яке наближається до 1, свідчить про те, що варіація значень залежних змінних визначається варіацією незалежних змінних.

Значення коефіцієнту кореляції дорівнює 0,83, що наближається до 1, свідчить про те, що зв'язок між залежними та незалежними змінними є тісним.

Гіпотезу про рівень значущості зв'язку між залежною та незалежними змінними перевіримо за допомогою критерію Фішера:

$$F = \frac{\frac{R^2}{m}}{\frac{1 - R^2}{n - m - 1}} \quad (3.10)$$

$$F = 3,665 > F_{кр}(3; 9) = 2,91 \quad (3.11)$$

Оскільки фактичне значення більше за табличне, то гіпотеза про істотність зв'язку приймається, тобто модель є достовірною.

Отже, для прогнозування членської бази ТПП України пропонуємо застосовувати модель:

$$y = 6389,649066 + 0,0215x_1 + 0,0181x_2 + 0,0273x_3 \quad (3.12)$$

Друга модель - залежність чисельності виданих сертифікатів походження від експорту товарів та послуг, від об'єму прямих інвестицій в Україну.

У нашому випадку:

Y - Обсяг виданих сертифікатів походження, од.

X_1 – Експорт товарів, млн дол. США

X_2 – Експорт послуг, млн дол. США

X_3 – Прямі інвестиції в Україну, млн. дол. США

Вихідні дані зображені в таблиці 3.3

Таблиця 3.3

Вихідні дані для розрахунку множинної лінійної регресії залежності чисельності виданих сертифікатів походження від експорту товарів та послуг, від об'єму прямих інвестицій в Україну

Показники	y	x_1	x_2	x_3
1	2	3	4	5
2006	440367	36368	8723,8	16890
2007	484957	49296,1	9038,9	21607,3
2012	471002	68809,8	13599,1	49494,4
2013	586093	63320,7	14836,3	53178,1
2014	506661	53901,7	11520,8	53704
2015	468596	38127,1	9736,6	40725,4
2016	295377	36361,7	9868	36154,5
2017	314601	43264,7	10714,3	37513,6

Специфікуємо модель, тобто в даному випадку визначимо її аналітичну форму:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + u, \quad (3.13)$$

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 \quad (3.14)$$

Оцінимо параметри моделі на основі методу 1МНК, попередньо висунувши гіпотезу, що всі чотири передумови для його застосування дотримані.

Оператор оцінювання параметрів моделі за 1МНК має вигляд:

$$\hat{A} = (X'X)^{-1} X'Y, \quad (3.15)$$

Знаходимо спочатку матрицю X' (рис. 3.4.).

Значення коефіцієнту кореляції дорівнює 0,994, що наближається до 1, свідчить про те, що зв'язок між залежними та незалежними змінними є тісним.

Гіпотезу про рівень значущості зв'язку між залежною та незалежними змінними перевіримо за допомогою критерію Фішера:

$$F = \frac{\frac{R^2}{m}}{\frac{1 - R^2}{n - m - 1}} \quad (3.17)$$

$$F = 3,665 > F_{кр}(3; 9) = 2,91 \quad (3.18)$$

Оскільки фактичне значення більше за табличне, то гіпотеза про істотність зв'язку приймається, тобто модель є достовірною.

Таким чином, нами отримана кореляційно-регресійна модель залежності чисельності виданих сертифікатів походження від експорту товарів та послуг, від об'єму інвестицій в Україну:

$$y = 273361,53 + 3,6105x_1 - 2,1339x_2 + 0,7317x_3 \quad (3.19)$$

Отже, в результаті розрахунків нами було отримано дві кореляційно-регресійні моделі, що допоможуть в прогнозуванні показників діяльності ТПП, а саме прогнозуванні чисельності виданих сертифікатів походження та чисельності членської бази ТПП України.

3.2. Напрями оптимізації діяльності торгово-промислових палат в Україні як інституцій стимулювання підприємництва

Перш за все зазначимо, що для ТПП України імплементація зарубіжного досвіду функціонування торгово-промислових палат є можливою шляхом його вивчення та виокремлення тих рис, які можуть бути використані в українських умовах, а саме — для розвитку в країні малого підприємництва.

Статистика багатьох розвинених країн світу свідчить про те, що від 50% до 80% дохідної частини бюджету держави приносить малий бізнес (до 70% в

середньому по країнах ЄС, 61% в Японії, 40% в США). Частка малих форм підприємств в підприємницькому секторі економіки безперервно зростає, відображаючи тенденцію до розширення і децентралізації як найбільш відповідним потребам людини в його творчій самореалізації, про що свідчить той факт, що сьогодні в світовій економіці в секторі малого бізнесу зайняті 60-75% всіх працюючих, а число малих і середніх підприємств перевищує 80% загального числа підприємств [57, с. 6].

В Україні динаміка кількості та частки малих підприємств в загальній кількості підприємств мала наступний вигляд (рис. 3.6).

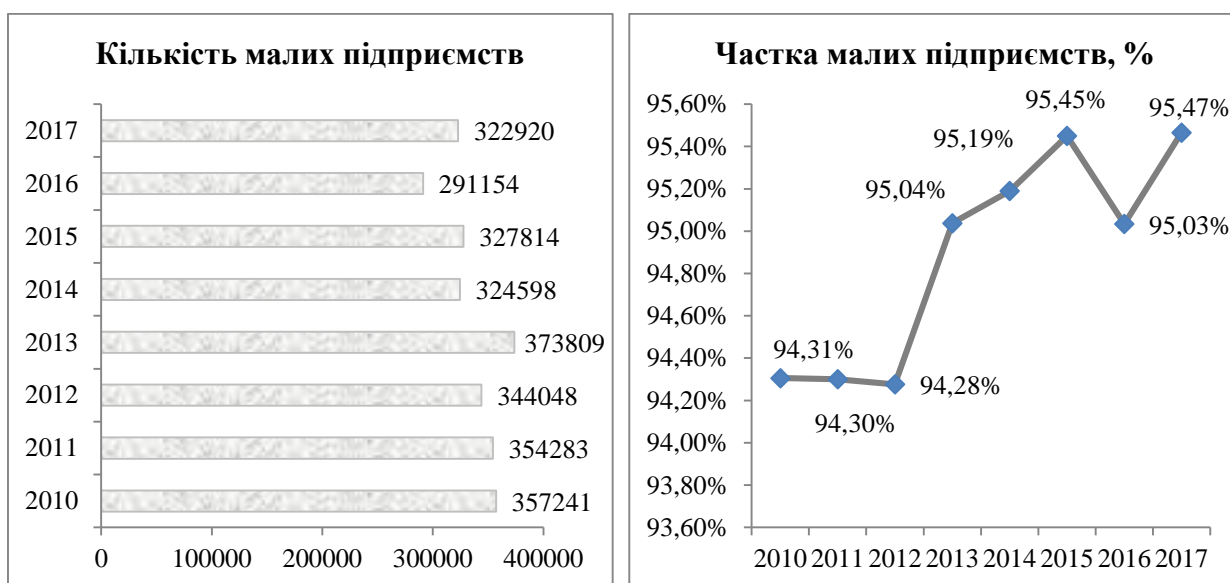


Рис. 3.6. Динаміка кількості та частки малих підприємств в загальній кількості підприємств України

Джерело: складено автором на основі даних [19]

Захист інтересів малого бізнесу в різних формах входить в сферу діяльності торгових палат багатьох країн світу, перш за все США, Японії і країн Західної Європи. Що стосується США, то участь торгових палат в такий діяльності пояснюється перш за все тим, що малі підприємства є основою американської економіки, а місцеві торгові палати — це перш за все ділові об'єднання малого бізнесу. Відповідно, справами малого бізнесу займаються всі без винятку численні торгові палати.

У цьому плані характерна позиція Торгової палати США (ТП США), одним із пріоритетних завдань якої є вивчення проблем і захист інтересів малого бізнесу. Досить сказати, що майже кожне четверте звернення президента ТП США з актуальних проблем національного бізнесу в тій чи іншій мірі присвячене питанням малого підприємництва.

На початку 1998 р. ТП США вдвічі збільшила число своїх лобістів в Конгресі з тим, щоб прискорити вирішення ряду проблем, включаючи малий бізнес. Зусилля ТП США приносять конкретні результати. Наприклад, під тиском ділових кіл, мобілізованих Торговою палатою, Адміністрацією президента Клінтона було прийнято рішення про реорганізацію Податкового Управління, яке постійно перевищувало свої повноваження у взаємовідносинах з підприємствами малого бізнесу[58, с. 85].

Також цікавим є досвід роботи торгових палат з підтримки малого бізнесу в Японії. Після фінансової кризи 1998 р. уряд Японії прийняв ряд довготривалих стратегічних рішень щодо підвищення конкурентоспроможності та стійкості національної економіки в умовах наростаючої глобалізації ринкових відносин. Швидкий науково-технічний прогрес у всіх галузях реальної економіки зажадав прискореної реструктуризації промисловості на національному та регіональному рівнях. Це в значній мірі пов'язано з розукрупненням надпотужних підприємств і корпорацій шляхом примусового продажу великих блоків акцій іншим компаніям на відкритих торгах з виділенням дочірніх виробничих і венчурних МСП.

До кінця 2006 року було сформовано близько 50 тисяч виробничих центрів підприємництва, які об'єднують на технологічній і організаційній основі різні групи МСП. Це, в свою чергу, дозволило організувати 19 великих індустріальних кластерів, діяльність яких значною мірою сприяла економічному оздоровленню регіонів. На ці цілі в бюджеті країни, починаючи з 2006 р., щорічно виділялося близько 8,5 млрд дол.

В умовах посилення конкурентної боротьби при одночасному ускладненні діяльності в усіх сферах бізнесу відзначається тенденція до скорочення виживання нових МП. Тривалий час в японській економіці існує перевищення

кількості МСП, які закриваються, над кількістю новостворюваних підприємств. У зв'язку з цим виникла необхідність додаткової підтримки стартуючих підприємств, і особливо в сфері венчурного бізнесу, де існують найбільші ділові ризики.

Важливу роль тут відіграють створені так звані спеціальні консультаційні бюро по запобіганню банкрутств, що діють в рамках місцевих ТПП. Фахівці, що працюють в цих бюро, проводять комплексний аналіз діяльності малих підприємств, що знаходяться в скрутному становищі, і виробляють відповідні рекомендації для підприємців. Отримання таких рекомендацій, що затверджуються головою відповідного відділення ТПП, є необхідною умовою для надання підприємцю фінансової допомоги. Крім того, якщо мале підприємство, яке не має поручителя і застави або відчуває труднощі з отриманням коштів в комерційних банках, звертається за позикою, то воно попередньо має заручитися згодою місцевого відділення ТПП. Відділення розглядає звернення підприємця і готує т.зв. «Рекомендаційний лист», який є підставою для отримання суми. Її розмір становить до 5,5 млн Ієн, що видається строком на 6 років з розрахунку 3,4% річних з пільговим періодом 6 місяців.

Без рекомендацій місцевої ТПП малі підприємства, що працюють менше року, не можуть отримати також безпроцентну позику на модернізацію обладнання в розмірі 50% від вартості обладнання, але не більше 40 млн Ієн, терміном на 5 років [57, с. 7].

Значний інтерес, на наш погляд, представляє розроблена у Франції за ініціативою Асамблеї торгово-промислових палат Франції програма «Підприємництво у Франції», в рамках якої в усіх торгово-промислових палатах країни створюються спеціальні відділи, де починаючий підприємець може представити свій проект і отримати необхідні консультації. За відповідності проекту вимогам, що пред'являються, його автор отримує паспорт Програми, який дає право на безкоштовну експертизу і сприяння при оформленні документів для отримання банківської гарантії.

Малий бізнес Німеччини один з найбільш активних у розвитку секторів економіки. Фінансова та технологічна підтримка підприємств малого бізнесу виявляється на всіх рівнях гілок влади. Програми сприяння розвитку малого бізнесу в Німеччині, як і в ряді розвинених країн, передбачають пріоритетну підтримку, перш за все, наукомістких галузей виробництва. Пільгове кредитування малого бізнесу з боку державних органів фінансування включає в себе наступні напрямки:

- кредитування малих і середніх підприємств, орієнтованих на інноваційну діяльність;
- кредитування проектів, спрямованих на збереження і поліпшення сприятливої екологічної обстановки, пов'язаних з охороною навколишнього середовища;
- кредитування малого бізнесу, який бере участь у розвитку відсталих економічних регіонів Німеччини;
- кредитування підприємств, що займаються будівництвом і вирішенням житлових проблем;
- проектне фінансування підприємств, зайнятих в певних галузях, що найбільше потребують докорінної модернізації виробництва.

Основними програмами розвитку малого і середнього бізнесу в Німеччині є такі:

- Програма «Концепція розвитку науково-технічної політики по відношенню до підприємств малого і середнього бізнесу»;
- Програма «Стимулювання заощаджень для відкриття своєї справи».

Перша програма забезпечує фінансування малого бізнесу Німеччини, друга сприяє відкриттю свого власного бізнесу, так званих «start-up» проектів. Спеціальний державний орган — Кредитна рада з відновлення, яка підпорядковується безпосередньо федеральному уряду — покликаний контролювати реалізацію вищевказаних програм і забезпечувати механізми їх виконання. В рамках реалізації федеральних програм надаються кредити для

бізнесу на пільгових умовах. Дані умови передбачають низьку процентну ставку (5-8%) і тривалі терміни кредитування (5-15 років).

Відзначимо, що малий бізнес в Німеччині має свою специфіку і історію розвитку. Зокрема, ще в епоху зародження капіталізму, з появою перших великих підприємців, почали створюватися торгово-промислові палати, які стали першими об'єднаннями і союзами зі співробітництва в сфері розвитку виробництва і торгівлі. У сучасній історії торгово-промислові палати розвинулися до рівня державних органів, і тепер кожен підприємець зобов'язаний увійти до складу палати. Жоден правовий акт в Німеччині, що стосується малого бізнесу, не обходиться без схвалення, узгодження і затвердження торгово-промисловими палатами.

Асоціація Німецьких торгово-промислових палат об'єднує всі палати і представляє інтереси підприємців на федеральному рівні. Основне завдання цієї асоціації — тісна робота з представниками торгово-промислових палат країн Європейського союзу. Разом всі асоціації утворюють Об'єднання торгово-промислових палат Європейського співтовариства.

На даний момент торгово-промислові палати Німеччини беруть участь у формуванні бюджетів усіх рівнів, розвитку будівництва і промисловості, підготовці законопроектів, що стосуються регулювання діяльності малих підприємств. Торгово-промислові палати мають великий вплив на всі сторони життя суспільства, беручи участь в засіданні місцевих органів самоврядування, приймаючи важливі соціально-економічні рішення в області розвитку країни. Це ціла інфраструктура, в якій беруть участь і представники засобів масової інформації, і консультаційні служби. Основна пріоритетне завдання палат — надання всілякої підтримки і допомоги малому бізнесу Німеччини [58, с. 86].

Виходячи із закордонного досвіду, можна зробити висновок, що роль і значення торгових палат у формуванні соціально-економічного клімату в країні і розвитку ринкових відносин залежить не лише від їх активної діяльності в структурах державної влади, а й ініціативи самої бізнес-спільноти, виразником інтересів якої є торговельні палати.

В рамках такої ініціативи, на нашу думку, можна виділити основні напрямки діяльності торгових палат, яка сприяла б підтримки малого бізнесу та стимулювання інновацій (рис. 3.7).

На нашу думку, також в даний час необхідне активне сприяння впровадженню в сферу підприємництва сучасних інформаційних технологій, роль яких постійно зростає. Досвід ТПП України свідчить про необхідність створення на базі ТПП інформаційних центрів і центрів електронної комерції, послугами яких могли б користуватися не лише члени палати, а й всі підприємці країни. При цьому важливо залучати до цієї роботи науковців вузів, сфера докладання наукових розробок яких в даний час істотно звужена.



Рис. 3.7. Напрями розвитку ТПП України з урахуванням зарубіжного досвіду

Це полегшило б завдання переходу до інноваційних технологій, залученню більшої кількості підприємств до реалізації національних проектів.

Таким чином, основна місія торгово-промислових палат — це сприяння розвитку економіки країни та захист інтересів підприємницької спільноти шляхом розширення сервісних послуг супроводу підприємницької діяльності на внутрішньому і зовнішньому ринках і розвитку зв'язки «бізнес — влада», державно-приватного партнерства. Тому необхідним було б впроваджувати вищенаведені заходи щодо подальшого розвитку такого сприяння з метою розвитку діяльності підприємств України та національної економіки загалом.

Висновки до розділу 3

З метою підвищення ефективності та розвитку ТПП України було запропоновано наступне:

1. Оцінка ефективності діяльності ТПП України потребує удосконалення з використанням методів оцінки діяльності некомерційних організацій. Основним показником ефективності, на нашу думку, має бути той соціальний ефект, який формується при наданні ТПП послуг підприємцям, які здійснюють свою господарську діяльність в Україні та за кордоном. Було наведено ряд показників, за допомогою яких можна удосконалити існуючу методику оцінки ефективності діяльності ТПП України та побудованого алгоритм такої оцінки. На нашу думку, використання в діяльності ТПП України даного алгоритму та наведених методик дозволить виявити основні проблеми її функціонування.

2. З метою розвитку ТПП України було запропоновано зробити основний акцент її діяльності саме на малих підприємствах, частка яких в загальній кількості вітчизняних підприємств складає більше 90%, а у 2013-2015 та 2017 рр. вона зростала, як показали проведені нами розрахунки за допомогою статистичних даних щодо функціонування підприємств в Україні. Отже, ми дослідили зарубіжний досвід щодо підтримки малих підприємств торгово-промисловими палатами зарубіжних країн та виокремили основні напрями покращання такої підтримки. Також зазначено, що потребує удосконалення інформаційної підтримки підприємців за допомогою створення відповідних інформаційних центрів.

ВИСНОВКИ

Дана робота дозволила нам виокремити наступні висновки.

1. Торгово-промислові палати незважаючи на те, що хоч і входять в структуру стимулювання підприємництва, але абсолютно не володіють важелями прямого впливу на його розвиток. Вони забезпечують «стимулювання» за допомогою формування сприятливих умов для ведення господарської діяльності, через демократичні процеси впливу на національну політику і допомогу, супровід у веденні торгової діяльності.

Вплив на розвиток підприємництва ТПП в Україні здійснюють шляхом: — об'єднання суб'єктів господарювання; — допомога у діалозі представленого ТПП підприємництва з урядом; — розвиток підприємницьких контактів на національному та міжнародному рівнях; — надання інформаційної підтримки, надання певних послуг та консультацій. Проте, зважаючи на результати нашого дослідження, зазначене вище не зменшує потенціалу участі ТПП у процесах розвитку підприємництва.

2. Торгова-промислова України видає спеціальні сертифікати походження товару, що є від'ємною частиною про здійсненні експортних операцій, а також займається штрих-кодуванням та ліцензуванням товарних знаків. Всі ці зазначені послуги є невід'ємною складовою для українських експортерів при здійсненні міжнародної торгівельної діяльності. Підсумовуючи вищесказане, робимо висновок, що членська база ТПП України розширюється більшою мірою за рахунок підприємств, орієнтованих на експорт. Для визначення рівня конкурентоспроможності ТПП України нами використано метод експертних оцінок. Для цього виділимо функції, які є базовими для Торгово-промислової палати та користуються найбільшим попитом серед підприємництва. За базу для порівняння взято найбільш динамічну іноземну бізнес-асоціацію, яка діє в Україні, — Американську Торгову палату. величина конкурентоспроможності коливається від 0 до 10 од. (або від 0 до 100%). Про рівень

конкурентоспроможності можна судити за наступною шкалою: недостатня конкурентоспроможність продукції — 0-2 од. (0-20%), низька — 2-4 од. (20-40%), середня — 4-6 од. (40-60%), висока — 6-8 од. (60-80%) та дуже висока — 8-10 од. (80-100%).

Метод експертних оцінок конкурентоспроможності показав, що послуги Торгово-промислової палати України мають високий рівень конкурентоспроможності (73%). Найвищі оцінки експертів мають монопольні та унікальні послуги Палати. Серед послуг, які є недостатньо розвиненими, можна виділити лобіювання, залучення інвестицій та підтримка інновацій.

3. Торгово-промислова палата України (ТПП України), як некомерційна організація (НКО), значно впливає як на економічну діяльність, так і на сучасне суспільство в цілому. Однак проводити оцінку успішної роботи некомерційних організацій, в т.ч. — ТПП України, складніше, ніж комерційних. Це пов'язано з тим, що бізнес-сектор націлений на отримання прибутку, і саме на цьому показнику ґрунтуються розрахунки ефективності діяльності комерційних підприємств. У ситуації з НКО такі коефіцієнти, як капіталізація, прибутковість і ефективність, не можуть бути використані для аналізу успішності досягнення поставлених цілей. Причина полягає в тому, що цілі некомерційної організації практично не піддаються вимірюванню, а вироблені товари і послуги не мають ринкові ціни. Внаслідок цього при оцінці ефективності діяльності ТПП України варто використовувати показники, що враховують її специфіку, тобто соціальну спрямованість. Статистичний підхід передбачає порівняння цільових і фактичних показників. Кінцевий показник розраховується як відношення планових і фактичних результатів діяльності некомерційної організації.

Динамічний метод полягає у визначенні чистих грошових потоків, які акумулюються некомерційними організаціями внаслідок здійснення соціальних проектів. Даний спосіб оцінки ефективності аналогічний інвестиційному аналізу комерційних підприємств, однак відрізняється складністю вираження соціальної діяльності в грошовому еквіваленті.

Кореляційно-регресійний аналіз дає можливість оцінити силу зв'язку між соціальними продуктами НКО і її витратами. Виведені регресивні моделі дозволяють прогнозувати показники успішної роботи некомерційного підприємства. В результаті розрахунків нами було отримано дві кореляційно-регресійні моделі, що допоможуть в прогнозуванні показників діяльності ТПП, а саме прогнозуванні чисельності виданих сертифікатів походження та чисельності членської бази ТПП України.

4. Виходячи із закордонного досвіду, можна зробити висновок, що роль і значення торгових палат у формуванні соціально-економічного клімату в країні і розвитку ринкових відносин залежить не лише від їх активної діяльності в структурах державної влади, а й ініціативи самої бізнес-спільноти, виразником інтересів якої є торговельні палати. В рамках такої ініціативи, на нашу думку, можна виділити основні напрямки діяльності торгових палат, яка сприяла б підтримки малого бізнесу та стимулювання інновацій: консультативна допомога членам палати щодо організації підприємницької діяльності, ЗЕД і іншим фінансовим і економічним питанням за пільговими цінами; експертиза проектів законодавчих актів і підготовка по ним висновків для подання владним структурам колективної думки ділових кіл з їх відповідності політиці ринкових реформ і розвитку діяльності малого підприємництва; Використання зарубіжних представництв і спільних палат з надання сприяння ЗЕД своїм членам, в тому числі по підборі контрагентів, визначення їх надійності, оподаткуванню, митних процедур, адаптації до місцевих умов, так само грає важливу роль в підтримки підприємств малого бізнесу і перш за все, експортоорієнтованих.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Варналій З. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З. Варналій. [4-те вид.]. — К. : Знання, 2008. — 302 с.
2. Горбатенко Ю. Концептуальные основы построения эффективного механизма стимулирования развития малого предпринимательства / Ю. Горбатенко // Финансы, учет, банки: сборник научных трудов. — Выпуск 14 / под общ. ред. П. Егорова. — Донецк : ДонНУ, Каштан, 2005. — С. 152-156.
3. Дакус А. Економічний розвиток підприємства: сутність та визначення [Електронний ресурс] / А. Дакус. — Режим доступу: <http://probleconomy.kpi.ua/pdf/2012-3/>, вільний. — Назва з екрану, укр.
4. Денисюк О. Проблеми становлення та механізм державної підтримки та регулювання розвитку підприємництва в Україні / Вісник Львівської фінансової академії: збірник наукових статей. Серія: Економічні науки // гол. ред. П. Буряк., Львів : Львівська державна фінансова академія, 2005. — С.72-78.
5. Егоров П., Карпова Е. Управление развитием предприятий малого бизнеса: [монография] / П. Егоров, Е. Карпова. — Донецк : Издательство ООО «Лебедь», 2004. — 232 с.
6. Зудин А. Ассоциации-бизнес-государство: «Классические» и современные формы отношений в странах Запада / А. Зудин. — М. : Изд. дом Государственного университета – Высшей школы экономики, 2009. — 68 с.
7. Іванюта В. Сучасні теоретичні положення щодо розвитку підприємництва в Україні: європейські орієнтири / В.Ф. Іванюта // Матеріали за 4-та міжнародна научна практична конференція, [«Динамика исследования»], 16-31 июля 2008. — Т. 6: Икономики. — София: «Бял.ГРАД-БГ» ООД, 2008. — С. 7-11.
8. Крупка М. Фінансово-економічні аспекти розвитку малого підприємництва в Україні / М. Крупка // Фінанси України. — 1998. — № 5. — С. 72-81.
9. Райзберг Б. Современный экономический словарь / Б. Райзберг, Л.

Лозовский, Е. Стародубцева. — 2-е изд. — М. : Инфра-М, 1999. — 479 с.

10. Реверчук С. Малий бізнес: методологія, теорія і практика / С.К. Реверчук. — Львів : Ун-т ім. І. Франка, 1992. — 192 с.

11. Романенко О. Фінанси / О. Романенко. — К. : Центр навчальної літератури, 2004. — 312 с.

12. Швець В. Малий бізнес: інвестиційні важелі розвитку, проблеми та перспективи / В. Швець // Вісник економічної науки України. — 2003. — № 1. — С. 105-112.

13. Економічний словник: наукове видання / Г. Осовська, О. Юшкевич, Й. Завадський. — К. : Кондор, 2007. — 360 с.

14. Господарський кодекс України. Ст.21 «Об'єднання підприємців» — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://kodeksy.com.ua/gospodars_kij_kodeks_ukraini/statja-42.html/, вільний. — Назва з екрану, укр.

15. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22.03.2012 р., 2013, № 3 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України : [сайт]. — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4618-17/paran3#n3/>, вільний. — Назва з екрану, укр.

16. Filosofskiy slovar [The Dictionary of philosophy] / ed. by I. Frolov. — Moscow: Politizdat, 1987. — 592 p.

17. Бойченко В. Сутність регіонального інноваційного розвитку / В. Бойченко Вісник СумДУ. Серія: Економіка. — 2011. — № 4. — С. 127-132.

18. Акофф Р. Планування майбутнього корпорації / Р. Акофф // пер. з англ., під ред. В. Данілова-Данільяна. — М. : Прогресс, 1985. — 328 с.

19. Офіційний сайт Державної служби статистики України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/, вільний. — Назва з екрану, укр.

20. Мяло Н. С. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ [Електронний ресурс] / Н. С. Мяло, С. В. Войтко. — 2016. — Режим доступу до ресурсу: <http://conf.management.fmm.kpi.ua/proc/article/view/62601>

21. Мале і середнє підприємництво в Україні: стан розвитку та регіональні відмінності (2010–2014 роки) / Н. Ходько, Н. Балдич, Л. Чорній. — К. : Проект USAID «Впевнений бізнес — заможна громада», Центр міжнародного приватного підприємництва, 2015. — 96 с.

22. Офіційний сайт Державної служби України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/>, вільний. — Назва з екрану, укр.

23. Офіційний сайт Європейської Комісії. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ec.europa.eu/>, вільний. — Назва з екрану, англ.

24. Александрова Б. Тенденції активізації підприємницької діяльності / Б. Александрова // Матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Економічна політика країн ЄС», 23-25 жовтня 2013 р. — Донецьк, 2013. — С. 34-36.

25. Офіційний сайт Національного банку України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.bank.gov.ua/control/uk/index/, вільний. — Назва з екрану, укр.

26. Офіційний сайт Торгово-промислової палати України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.ussci.org.ua/, вільний. — Назва з екрану, укр.

27. Офіційний сайт Американської торгової палати в Україні. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.chamber.ua/, вільний. — Назва з екрану, укр.

28. Офіційний сайт проекту «Рейтинг конкурентоспроможності». — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.imd.org/wcc/, вільний. — Назва з екрану, англ.

29. Електронний бізнес-словник [Електронний ресурс] / Поняття «підприємництво». — Режим доступу: <http://www.businessdictionary.com/definition/entrepreneurship.html/>, вільний. — Назва з екрану, укр.

30. Про об'єднання громадян : Закон України від 01.01.2013 р. № 4572-17 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України : [сайт]. — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4572-17>, вільний. — Назва з екрану, укр.

31. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської

діяльності : Закон України від 11.09.2003 року № 1160-IV [Електронний ресурс] // Верховна Рада України : [сайт]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1160-15/>, вільний. — Назва з екрану, укр.

32. Коваль Я. Алгоритм роботи громадських організацій в сфері розвитку підприємництва в Україні /Я. Коваль // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. — 2011. — №2. — С. 162-170.

33. Александрова Б. Представництво інтересів як функція впливу на формування державної політики: світовий досвід / Б. Александрова // матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання соціально-економічного розвитку держави, регіону та підприємництва», 27-28 листопада 2015 р. — Львів, 2015. — С. 31-33.

34. Чижигов Г. Деятельность торгово-промышленных палат / Г. Чижигов // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. Сборник научных трудов. — Донецк : Донеччина, 1999. — С. 106-111.

35. Про торгово-промислові палати в Україні : Закон України від 2.12.1997р. № 671/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. — № 13. — С. 52.

36. О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации : Закон Российской Федерации від 7 липня 1993 р. № 5430-1. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.tpprf.ru/ru/about/documents/>, вільний. — Назва з екрану, рус.

37. О торгово-промышленной палате : Закон Республики Беларусь від 16 червня 2003 р. № 208-3. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=h10300208&p2={NRPA}>/, вільний. Назва з екрану, рус.

38. Policy Paper on CCIs in Ukraine / A. Bilous, I. Iefanova, O. Krupko, K. Kulchitska, V. Lobanova, S. Pantsyr, K. Riznychenko. — Developed on request of Center for International Private Enterprise in Ukraine, 2015. — 22 p.

39. Александрова Б. Зарубіжний досвід діяльності торгово-промислових палат

та перспективи його застосування в Україні / Б. Александрова // Бізнес-інформ. Харків, 2013. — № 12. — С. 73–77.

40. Гурняк І. Проблематика реформування вітчизняного інституту торгово-промислових палат / І. Гурняк // Формування ринкової економіки в Україні: науковий збірник. — Випуск 12. — Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2003. — С. 73-78.

41. Бондаренко Ю. Методологические подходы к оценке эффективности деятельности некоммерческих организаций в новых социально-экономических условиях / Ю.Г. Бондаренко // Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия: Экономика. — 2005. — № 1. — С. 25-31.

42. Статут Торгово-промислової палати України. — м. Київ, 2011р. — 20 с.

43. Александрова Б. Сучасні роль та функції Торгово-промислової палати України / Б. Александрова // тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції «Соціально-економічний розвиток України і регіонів», 22-23 листопада 2013 р. — Запоріжжя, 2013. — С. 142-143.

44. Криштоф Н. Державні системи та механізми підтримки підприємництва / Н. Криштоф // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (14–16 травня 2008 р., м. Ялта) / відп. ред. А. Мазаракі. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. — С.146-149.

45. Александрова Б. Торгово-промислові палати та активізація розвитку підприємництва: теоретичний аспект / Б. Александрова // Вісник Львівської комерційної академії. Серія: Економіка. — Випуск 43. — 2013. — С. 49-52.

46. Варналій З. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети: [монографія] / за ред. З.С. Варналія. — К. : НІСД, 2007. — 820 с.

47. Александрова Б. Місце Торгово-промислової палати України в системі стимулювання підприємницького розвитку / Б. Александрова // VII Всеукраїнська конференція студентів, аспірантів та молодих вчених «Розвиток національних

економічних систем в умовах глобалізації: актуальні проблеми теорії та практики», 21 березня 2014 р. – Сімферополь, 2014. – С. 59-61.

48. Яновский В. Торгово-промышленная палата: история и современность / В. Яновский // Торгівля і ринок України. – Випуск 9, т. 1. – Донецьк, 1999. – С. 191- 201.

49. Добкіна-Недожій К. Торгово-промислова палата України: історико-правові аспекти виникнення та становлення / К. Добкіна-Недожій // Вісник прокуратури. – 2008. – № 8. – С. 120-124.

50. Чижигов Г. Основные мировые модели торгово-промышленных палат и Украина: сравнительный анализ / Г. Чижигов // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – Донецк, 1998. – С. 63-69.

51. Пшонка О.Г. Роль торгово-промышленных палат в системе международной экономики / О. Пшонка // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: сборник научных трудов. – Донецк : ДонНУ, 2005 – 209 с.

52. Александрова Б. Економічна ефективність неприбуткових організацій: методологія та особливості / Б. Александрова // Культура народів Причорномор'я. – Сімферополь, 2013. – № 265. – С. 12-16.

53. Чижигов Г. Економічні інтереси суб'єктів малого бізнесу в умовах інтеграції економіки України у світове господарство / Г. Чижигов // Економіст. 2006. – № 3. – С. 44-47.

54. Щурик О.І. Система управління ефективністю діяльності підприємства в мінливих ринкових умовах / О.І. Щурик // Ефективна економіка. – 2016. – № 4. – С. 7-12.

55. Юхименко А.В. Ефективність діяльності підприємства під впливом зовнішнього середовища / А.В. Юхименко // Економічна думка. – 2014. – № 4. – С. 7-12.

56. Антикризове управління підприємством: Навч. посіб. / З.Є. Шершньова,

В.М. Багацький, Н.Д. Гетманцева; За заг. ред. З.Є. Шершньової. — К.: КНЕУ, 2007. — 680 с

57. Харитонюк О.І. Зарубіжний досвід взаємодії торгово-промислових палат із суб'єктами малого бізнесу: уроки для України / О.І. Харитонюк // Економічний форум. — 2017. — № 11. — С. 4-8.

58. Щирук Т.Д. Можливості імплементації в Україні зарубіжного досвіду підтримки малого бізнесу / Т.Д. Щирук // Науковий вісник РДГУ. — 2015. — Вип. 7(43). — С. 84-87.

59. Герасимчук В. Г. Діагностика системи управління підприємством: Навч. посібник. — К.: ІСДО, 1995. — 120 с

60. Bob Harris. 1776 Association Management Principles [Електронний ресурс] В. Harris. — St. Petersburg: FL, 2009. — 20 р. — Режим доступу: <http://www.yourmembership.com/solutions/ym-whitepaper1776assocmgmt>

61. Сайт Вінницької обласної державної адміністрації. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://vin.gov.ua/>, вільний. — Назва з екрану, укр.

62. Сайт Головного управління статистики у Вінницькій області. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua/>, вільний. Назва з екрану, укр.

63. Сайт Головного управління статистики у Дніпропетровській області. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.dnprstat.gov.ua/>, вільний. — Назва з екрану, укр.

64. Сайт Державної регуляторної служби України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.loda.gov.ua/>, вільний. — Назва з екрану, укр.

65. Александрова Б. В. ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВІ ПАЛАТИ В УКРАЇНІ ЯК ІНСТИТУЦІЇ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА : дис. докт. ек. наук : 08.00.03 / Александрова Богдана Вадимівна — Дніпропетровськ, 2016. — 251 с.