

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет економіки і управління  
Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва

## ДИПЛОМНА РОБОТА

другий (магістерський)

Освітній рівень

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
Шифр і назва спеціальності

Освітня програма Управління торговельним бізнесом і комерційна логістика  
Назва спеціалізації

на тему: Колаборація діяльності торгово-промислової палати та торговельного бізнесу  
Хмельницької області за матеріалами Хмельницької торгово-промислової палати

Шифр ДРУТБКЛм.18237.01.00.00

Виконав: студент 2 курсу група УТБКЛм-20-1 \_\_\_\_\_ Лишень В.А.  
Підпис Ініціали, прізвище

Керівник: докт. екон. наук, проф. \_\_\_\_\_ Ковальчук С.В.  
Підпис, дата Ініціали, прізвище

Нормоконтролер: канд. екон. наук, доц. \_\_\_\_\_ Решміділова С.Л.  
Підпис, дата Ініціали, прізвище

До захисту допускаю: \_\_\_\_\_ Ковальчук С.В.  
Підпис, дата Ініціали, прізвище

Зав. кафедри маркетингу  
і торговельного підприємництва  
доктор екон. наук, проф.

Хмельницький, 2021

## АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи магістра

Колаборація діяльності торгово-промислової палати та торговельного бізнесу  
Хмельницької області за матеріалами Хмельницької торгово-промислової  
палати

студента групи ПТБтм-20-1 Лишень В.А.

Науковий керівник: д. е. н., проф. Ковальчук С.В.

Загальний обсяг роботи: 98 сторінок, 1 таблиця, 25 рисунків, 6 додатків, 41 джерело посилання.

Перелік ключових слів: ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВА ПАЛАТА, ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ, ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ, ЕКОНОМІКО-ГОСПОДАРСЬКІ ОПЕРАЦІЇ КРАЇНИ, МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ, НЕКОМЕРЦІЙНІ ОРГАНІЗАЦІЇ, АСОЦІАЦІЇ.

У першому розділі роботи розкрито теоретичні засади Торгово-промислової палати у підприємницькій діяльності, а саме: сутність поняття, виокремлено ключові теоретичні аспекти, функції підприємництва у взаємозв'язку із торгово-промисловими палатами в Україні, процес роботи Української Торгово-промислової палати і її взаємодія із зовнішніми партнерами та контрагентами.

У другому розділі розглянуто на практиці та проведено аналіз діяльності Торгово-промислової палати, висвітлено певні економічні показники та аспекти взаємодії палати із зовнішніми представниками та партнерами. Розглянуто загальну характеристику, структуру Хмельницької Торгово-промислової палати та проаналізовано взаємозв'язок із бізнесом.

У третьому розділі запропоновано шляхи оптимізації діяльності Торгово-промислової палати у підприємстві на прикладі іноземних Торгово-промислових палат, також зроблено акцент на розвиток саме малого підприємництва та покращення зв'язків з громадськістю.

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

Підпис \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_

## Зміст

	С.
Вступ	4
1 Теоретичні засади торгово-промислової палати у підприємницькій діяльності	7
1.1 Роль торгово-промислової палати у підприємницькій діяльності	7
1.2 Напрями діяльності торгово-промислової палати у бізнесі	13
1.3 Зовнішньоекономічний вектор діяльності торгово-промислової палати	21
Висновки до першого розділу	28
2 Практичні аспекти діяльності торгово-промислової палати у сфері підприємництва	29
2.1 Торгово-промислова палата України в підприємницькій діяльності	29
2.2 Хмельницька торгово-промислова палата у підприємницькій діяльності	42
2.3 Маркетингові дослідження діяльності Хмельницької торгово-промислової палати	50
Висновки до другого розділу	57
3 Шляхи покращення діяльності Торгово-промислової палати	59
3.1 Оптимізування роботи Хмельницької ТПП щодо стимулювання бізнесу	59
3.2 Вдосконалення зв'язків з громадськістю Торгово-промислової палати	64
Висновки до третього розділу	67
Висновки	69
Перелік джерел посилання	72
Додатки	76

## Вступ

Актуальність теми. Розвиток торгово-промислової палати та підприємництва зазвичай вважають важливою складовою для відновлення національної економіки. Основне значення Торгово-промислової палати має для малого та середнього підприємництва, які покращують рівень зайнятості та життя населення.

Взаємодія підприємництва із торгово-промисловою палатою посідає ключове положення у формуванні економіко-господарських операцій країни в цілому, при цьому враховуються інтереси обох сторін. Торгово-промислову палату створено для сприяння розвитку національної економіки, її включення у міжнародну економічну систему спрямовано на формування сучасної промислової, фінансової та торгової інфраструктури, створення сприятливих умов для бізнесу та розвитку різноманітного підприємницького потенціалу. Торгово-промислова палата – це форма торгово-промислового об'єднання, яка функціонує в системі «від бізнесу до бізнесу». Її діяльність має на меті прояснити умови для здійснення торговельної діяльності, знайти ринки збуту, розробити низку послуг для підтримки бізнесу та сприяти заснуванню та розвитку міжнародних відносин. У світовій практиці значного розвитку набули як державні, так і приватні промислові та торгові палати.

Теоретичною базою дослідження є наукові розробки вітчизняних та зарубіжних учених, а саме: М. Абрамова, Е. Алаєва, О. Алексєєва, А. Голікова, І. Дудника, В. Дорошенка, І. Нікольського, С. Ковальова, Л. Корнус, М. Мальської, Л. Меркушевої, К. Немця, Л. Немець, Я. Олійника, І. Осіпчук, А. Степаненка, О. Топчієва, О. Шаблія, Л. Шевчук, П. Черномаза, С. Юрченко та ін.

Багаторічний досвід більшості держав світу показав, що для заохочення розвитку некомерційних організацій та захисту інтересів підприємців,

потрібні такі установи та організації, як: Торгово-промислова палата, асоціації та самоорганізаційні об'єднання.

Мета кваліфікаційної роботи магістра полягає у теоретико-методичному обґрунтуванні та формуванні практичних рекомендацій щодо посилення ролі торгово-промислової палати у сприянні розвитку підприємництва.

Завдання дослідження:

- обґрунтувати поняття «торгово-промислова палата» з позицій підприємницької діяльності;
- виокремити ключові теоретичні аспекти, функції підприємництва у взаємозв'язку із діяльністю торгово-промислових палат України;
- виконати аналіз стану та можливі варіанти розвитку послуг, що надає торгово-промислова палата;
- посилити науково-методичні підходи до оцінювання ефективності роботи торгово-промислових палат;
- визначити елементи взаємодії діяльності торгово-промислових палат, які спричиняють найбільш вагомий вплив на показники прибутковості клієнтської бази;
- сформулювати напрями колаборації бізнесу та торгово-промислової палати.

Об'єктом дослідження є процес колаборації діяльності торгово-промислової палати та торговельного бізнесу.

Предметом дослідження є теоретико-методичні підходи та напрями практичної реалізації колаборації діяльності торгово-промислової палати та торговельного бізнесу.

Методи дослідження. У роботі було представлено такі методи дослідження: теоретичне узагальнення, логічний аналіз – для розуміння поняття «стимулювання розвитку підприємництва»; системний підхід – для визначення місця та ролі торгово-промислових палат у стимулюванні

розвитку підприємницької діяльності; метод статистичного аналізу використаний при аналізі показників діяльності торгово-промислової палати та визначенні рівня залежності обсягів клієнтської бази палати від кількості суб'єктів господарювання.

Інформаційною базою дослідження є нормативно-законодавчі акти щодо діяльності торгово-промислових палат України, наукова література, електронні ресурси головного сайту торгово-промислових палат країни та практична діяльність торгово-промислових палат, а також дані, які були отримані у результаті власних досліджень.

Наукова новизна результатів кваліфікаційної роботи магістра полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних положень щодо діяльності та розвитку торгово-промислової палати і формуванні практичних порад спрямованих на підвищення її ефективності у стимулюванні та активізації підприємницької діяльності.

Ключові результати, що характеризують наукову новизну та які виносяться на захист:

*удосконалено:*

– науково-методичний підхід розвитку та стимулювання підприємництва, який розглядається у розрізі діяльності торгово-промислової палати як чинника впливу на господарську діяльність суб'єктів, що характеризується збільшенням позитивних тенденцій розвитку підприємництва завдяки економічним, соціальним та правовим показникам.

Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку джерел посилання та додатків. Перелік джерел посилання містить 41 джерело. Робота доповнена 25 рисунками, 1 розрахунком, 1 таблицею та 5 додатками. Загальний обсяг роботи – 89 сторінок.

## 1 Теоретичні засади торгово-промислової палати у підприємницькій діяльності

### 1.1 Роль торгово-промислової палати у підприємницькій діяльності

Відповідно до Закону України «Про Торгово-промислову палату України», Торгово-промислова палата України – це неурядова, некомерційна автономна організація, яка реєструє українських юридичних осіб та громадян як підприємців та створює асоціації на добровільній основі [1].

Торгово-промислова палата України є членом Міжнародної торгової палати і Всесвітньої федерації торгово-промислових палат та Асоціації європейських торгово-промислових палат [2].

Усі розвинені країни мають торгово-промислові палати. Поняття «Торгово-промислова палата» (ТПП) зародилося на заході, а саме у Франції в XVI ст. Це було пов'язано з виникненням некомерційних асоціацій, де представники бізнесу об'єдналися, щоб сформулювати спільні правила торгівлі та виробництва [3, с. 327].

Дванадцятого лютого 1912 року в урочистій конференц-залі Київської школи бізнесу відбулося конституційне засідання Південно-Західного відділення Торгово-промислової палати Росії, яке спочатку поширилося на губернії Київ, Поділля та Волинь. З тих пір розпочався розвиток палатівського руху в Україні у XX ст. Професор М. В. Довнар-Запольський став першим головою ради директорів Торгово-промислової палати. Також варто зазначити, що після періоду соціальних заворушень та громадянської війни однією з перших дореволюційних організацій була експортна торгово-промислова палата, яка була відроджена як незалежна неурядова організація. В Україні філія Російсько-Східної торгової палати розпочала свою діяльність у Харкові в 1924 році. Через рік за ініціативою уряду була створена

Східноукраїнська торгово-промислова палата. Економічні та політичні зміни в колишньому Радянському Союзі певним чином вплинули на статус Торгово-промислової палати, і ТПП залишалася незалежною за формою управління.

Саме з цього періоду розпочався рух Торгово-промислової палати, а філії, офіси та системи компаній «Зовнішсервісу» охоплювали всі регіони України. У 1972 році створена Торгово-промислова палата України на базі філії радянської ТПП. Як незалежна Торгова палата України вона почала активно розвиватися у 1992 році. 2 грудня 1997 року Верховна Рада ухвалила український «Закон про Торгово-промислову палату України» [4].

Загальний закон розвитку ринкової економіки визначає тотожність функцій та завдань, які виконує та використовує Торгово-промислова палата.

Наразі понад 8500 суб'єктів господарювання усіх форм є членами ТПП України. Основним завданням Торгово-промислової палати є створення сприятливих умов для підприємницької діяльності, сприяння загальному розвитку наукових, технологічних та торговельних відносин між українськими підприємцями та їхніми іноземними партнерами, а також представництво інтересів її членів в економічній діяльності в Україні та за кордоном. ТПП України виконує свої функції самостійно або через регіональні торгово-промислові палати, що діють в регіонах та містах, а також підприємства та інші організації, створені через них, а також об'єднує та координує їх діяльність.

Торгово-промислова палата надає практичну допомогу підприємцям у здійсненні торговельно-економічної діяльності на внутрішньому та зовнішньому ринках, сприяє експорту українських товарів та послуг. Для цього членам організацій надається широкий спектр професійних послуг, у тому числі іноземні торговельні консультування та оцінка ринку, незалежна ідентифікація товарів та оцінка рухомого майна. А також нерухомості, нематеріальних активів, надання товарів за допомогою штрих-коду, патентних та ліцензійних послуг, складання документів для забезпечення

захисту інтелектуальної власності тощо. Господарська палата надає українським та іноземним підприємцям ділову та юридичну інформацію, організовує семінари, конференції, виставки в Україні та за кордоном та веде ділові переговори з економічних питань.

Торгово-промислова палата України та регіональні торгові палати, уповноважені урядом України, видають сертифікати походження та карнет АТА – (уніфікований міжнародний митний документ), а також надають послуги, пов'язані з видачою цих документів.

ТПП України вирішує форс-мажорні ситуації, а також встановлює торговельні та портові митниці в Україні

ТПП України провела неурядову реєстрацію вітчизняних компаній, і їх фінансовий стан доводить їх надійність як партнерів у підприємницькій діяльності в Україні та за кордоном. Свідоцтво про реєстрацію, видане Торгово-промисловою палатою, підтверджує стабільний фінансовий стан компанії та надає партнерам гарантію того, що таким компаніям можна довіряти.

У Міжнародному комерційному арбітражному суді в ТПП України діють Міжнародний комерційний арбітражний суд, Морська арбітражна комісія та Арбітражний суд.

Торгово-промислова палата має Комітет Департаменту підприємців для незалежного перегляду нормативно-правових актів, що регулюють підприємницьку та зовнішньоекономічну діяльність, а також професійних знань з питань, що стосуються прав та інтересів підприємців та надає рекомендації державним органам від імені членів Палати комерції для їх вдосконалення [2].

ТПП України є членом Міжнародної торгової палати та Всесвітньої торговельної палати, Асоціації європейських торгово-промислових палат, Ділової ради Чорноморського економічного співтовариства та Асоціації ТПП «Китай-Європа» [5].

ТПП України має представників у 25 країнах та підтримує партнерські відносини з подібними національними та регіональними установами майже у 90 країнах [6].

З метою сприяння розвитку міжнародних економічних відносин ТПП України та її іноземні партнери створили спільне консалтингове агентство-Комерційний комітет та Змішану торгово-промислову палату [7, с. 473].

Методично здійснюється аналізування діяльності ТПП, яке, представляє собою оцінювання відповідності індикаторам територіального значення, що дає змогу робити висновки про актуальність діяльності ТПП відносно сучасних потреб підприємництва [8, с. 49-52].

ТПП взаємопов'язані з урядовими органами у сфері формування економічної та соціальної політики. Приймаючи активну участь у процесі прийняття законів та інших рішень, вони здійснюють законодавчу ініціативу, роблять висновки щодо законопроектів та беруть участь у роботі уряду, парламенту та його комітетів. Тому регіони та місцеві торговельні палати взаємодіють із регіональними та міськими органами влади та беруть участь у прийнятті рішень щодо їх економічного розвитку. Водночас вони виходять не з політичних інтересів будь-якої партії, а із загальних інтересів усього суспільства, що має принципове значення для стабільності їхньої власної структурної економічної політики.

Правовою основою створення та діяльності Торгово-промислової палати є спеціальне чи загальне законодавство країни, а в деяких випадках і її власний статут [9, с. 73-78].

Закон передбачає, що торгово-промислова палата не залежить від держави. Тому він має повну фінансову незалежність у формуванні та виконанні бюджету та свободу приймати рішення на загальну користь, незалежно від поглядів окремих осіб або груп.

Державний контроль зазвичай здійснює Міністерство економіки, яке передбачає розслідування скарг на діяльність торгово-промислової палати (наприклад, відмову палати видавати сертифікати походження чи

легітимність обрання керівного органу), а також як бюджет та фактичні умови видатків. Однак слід зазначити, що торговельна палата в даному випадку є частиною національної ієрархії та підпорядковується державним установам, хоча це лише в так званій «визначеній сфері діяльності» [10].

Тому ТПП є одним із важливих елементів у системі збільшення обсягів бізнесу в Україні та ефективності його діяльності, від цього залежить загальний економічний розвиток країни та її іміджу на зовнішніх ринках.

Взаємодія між національним бізнесом ТПП, його зв'язки з державними органами та суспільством у цілому. Завдяки діяльності добровільних асоціацій загалом та Торгово-промислової палати України зокрема, яка в свою чергу все частіше розглядається в літературі [11, с. 44-47].

Торгово-промислова палата також розробляє питання міжнародної торгівлі та політики, закони та положення про міжнародну торгівлю, виставки тощо.

Засади управління та організаційної структури Торгово-промислової палати відповідно до її ролі в суспільстві, з одного боку, відповідають принципу демократії, тобто вимагають від членів Торгово-промислової палати відповідальності та обрання керівного органу. З іншого боку, як правило, вони характеризуються міцною структурою виконання гілок, призначеною для обслуговування членів та виконання вищезгаданих функцій.

Вищим органом керування майже всіх торгових палат є загальні збори або представницькі збори. Виняткові повноваження Генеральної Асамблеї включають прийняття статуту, процедури обрання керівного органу Торгово-промислової палати, розвиток основних видів діяльності, визначення масштабів членських внесків й зборів за послуги та затвердження кошторису витрат. Загальні збори акціонерів обирають голову, раду директорів та президію, а їх обов'язки визначаються статутом.

Під час засідання членства Торгово-промислової палати його діяльністю керує рада директорів. Торгова палата підтримує тісний контакт з

новинами, радіо та телебаченням. Метою таких контактів є надання інформації, розуміння громадськості та пояснення проблем, з якими вони зіштовхуються [12, с. 106].

Налагодити ефективний діалог та конструктивну співпрацю між бізнес-структурами, малими та середніми підприємствами, представниками органів державної влади та місцевого самоврядування для спільної роботи щодо впровадження рішучих реформ для протидії корупції, покращення бізнес-середовища для підприємництва. Не менш важливим є вдосконалення прозорості бізнесу, запровадження простих та зрозумілих процедур ліцензування та лібералізації національної системи.

Регулювати та контролювати здійснення підприємницької діяльності підприємств, ефективно захищати законні права та інтереси підприємств та зміцнювати взаємну довіру між органами влади та підприємцями [13, с. 36].

Саме тому актуальність торгово-промислової палати у підприємницькій діяльності відіграє важливу роль у встановленні тісних господарських зв'язків із підприємствами посилення економічних показників країни, полегшення ведення бізнесу в кризові часи, що є доволі актуально.

Отже, торгово-промислова палата підтримує та залучає підприємство для оптимізації торговельних зв'язків, укладання довгострокових договорів, полегшення та покращення зовнішньо-економічних відносин із резидентами як іноземних країн так і внутрішню торгово-промислову діяльність, що очевидно покращує в цілому добробут населення.

## 1.2 Напрями діяльності торгово-промислової палати у підприємництві

Згідно Закону України про торгово-промислові палати останньої редакції (Додаток А) в 14 статті, у першому пункті мова йде про те, що ТППУ здійснює свою діяльність відповідно до даного закону, інших законів, нормативно-правових актів та свого Статуту.

У наступному другому пункті відповідно до цього закону та його статуту, виконуються представницькі функції в Україні та за кордоном, об'єднують торгово-промислові палати та координують їх діяльність. У 3 пункті, торгово-промислова палата України: займається відкриттям представництв та філій в інших країнах, а також створює змішані торгові палати, бізнес-комітети та інші спільні організації з іноземними організаціями-партнерами в Україні та за кордоном.

За згодою ТПП ведеться неурядовий реєстр українських підприємців, фінансовий стан яких свідчить про їх надійність як ділових партнерів в Україні та за кордоном. Порядок ведення реєстру визначається Торгово-промисловою палатою України.

Також торгово-промислова палата України має право отримувати інформацію та матеріали, необхідні для виконання покладених на неї завдань, від різних міністерств та інших центральних органів виконавчої влади в установленому порядку.

Крім того, Закон регламентує діяльність Міжнародного комерційного арбітражного суду та Морської арбітражної комісії, які діють під егідою Торгово-промислової палати України, і їх діяльність регулюється законодавством України.

Нарешті, кінцевий шостий пункт містить інформацію щодо Торгово-промислової палати України, яка представляє інтереси своїх членів у Міжнародній торговій палаті та інших міжнародних бізнес-організаціях [14].

Основним завданням Торгово-промислової палати є створення сприятливих умов для підприємницької діяльності, сприяння загальному розвитку наукових, технологічних і торговельних відносин між українськими підприємцями та іноземними підприємцями, представництво інтересів членів палати в економічній діяльності в Україні та за кордоном.

Система Торгово-промислової палати України забезпечує Україні сприятливе бізнес-середовище, створює та розширює можливості для розвитку бізнесу, відкриваючи нові внутрішні експортні ринки, а також сприяє динамічній інтернаціоналізації українського бізнесу та активно інтегрується у світову економіку, покращує інституційне середовище в процесі діалогу між підприємствами і урядом та надають послуги, необхідні підприємствам.

Основними ціннісними характеристиками торгово-промислової палати є [15]:

- гармонія (з урахуванням інтересів усіх сторін у торговельній палаті);
- довіра (зміцнити довіру до системи ТПП України на національному та міжнародному рівнях як надійної та незалежної арбітражної організації);
- професіоналізм (професійне та постійне вдосконалення професіоналізму);
- знання (збір, зберігання, оцінка та примноження знань);
- ефективність (зосередження на результатах);
- члени ТПП, клієнти та інші зацікавлені сторони (прагнуть перевершити очікування членів ТПП, клієнтів та інших зацікавлених сторін).

Основні функції та напрями роботи ТПП можна сформулювати таким чином:

По-перше, представляти та захищати інтереси підприємців (підприємництво-держава). Це класична особливість усіх торгових палат світу. Вона має на меті встановлення впливу сектора бізнесу на державну

політику, особливо шляхом закріплення позицій та результативності підприємництва уряду на державному рівні.

Ця функція використовує наступну реалізацію послуг ТПП в Україні: налагодження комунікації з членами, різні анкетування, участь у громадському обговоренні через заходи ознайомлення з комітетом, організаційні зустрічі представників національних установ адміністративна влада, пов'язана з бізнесом тощо.

По-друге, створення ділового середовища та налагодження ділових контактів (b2b). Ця функція призначена для вдосконалення бізнес-процесів на національному та міжнародному рівнях, інтеграцію в міжнародну економіку, а отже, й стимулювання загального розвитку національної економіки.

Ця функція організовує відвідування бізнес-делегацій шляхом проведення різних виставок та ярмарків, ділові виставки та форуми, економічні конференції, тощо. Форум потрібен для того, щоб представити потенціал нашої країни іноземним інвесторам та забезпечити експортерів інформаційною безпекою, щодо надання нових можливостей та комерційних пропозицій, не менш важливими в такому разі діють консультаційні послуги для вітчизняних компаній, що виходять на зовнішні ринки.

По-третє, підтримка підприємницької діяльності та надання бізнес-послуг. Функція застосовується у сфері професійних операційних послуг підприємцям. Вона реалізовується шляхом видачі сертифіката походження на товари, далі сертифікати та перепустки, що засвідчують форс-мажорні обставини. Також заклади ТПП проводять різні лабораторні обстеження, правові консультації за договорами, легалізація права власності, переклад, навчання та перепідготовка персоналу тощо [16, с. 508].

Визначивши основні аспекти сфери роботи ТПП в Україні, а також їх функції у сфері розвитку підприємництва, необхідно розглянути вплив діяльності ТПП в Україні на розвиток підприємництва в цілому.

На рисунку 1.1 зображено графічну схему стимулювання розвитку підприємницької діяльності за його типівістю з метою визначення місця ТПП у цьому процесі.

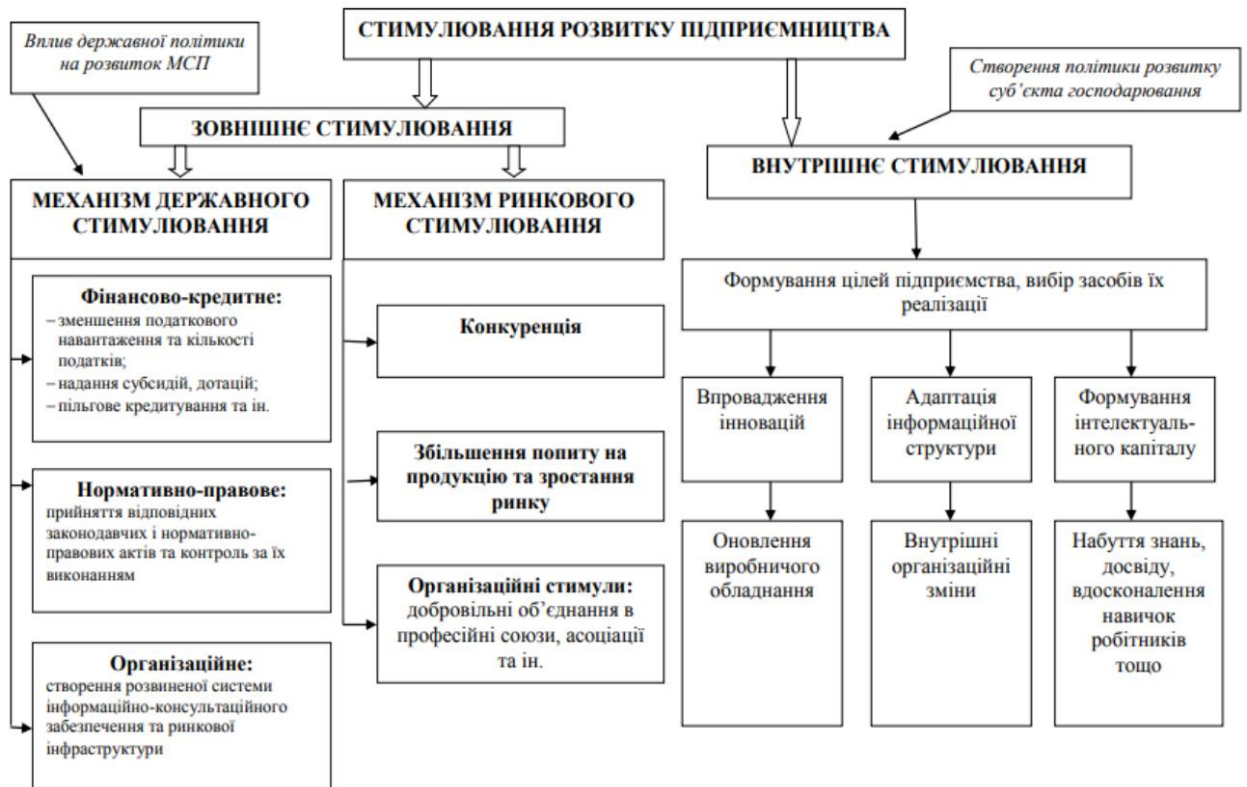


Рисунок 1.1 – Схематизація процесу стимулювання розвитку підприємницької діяльності

Джерело: складено автором на основі даних [17, с. 52]

Тому згідно класифікації Н. С. Кшиштофа серед видів зовнішнього стимулювання можна відокремити дві категорії: ринок та державу, відповідно до ступеня впливу, рівня ринкової економіки країни та лібералізації її внутрішньої політики. Організаційні стимули забезпечує зовнішній ринковий механізм, який є своєрідним розвитком бізнесу поза стінами підприємства.

Схожа роль торгово-промислових палат в Україні враховується їх юридичним статусом – це недержавні установи, в яких встановлюються

вільні основи членства, тому діяльність таких інститутів регулюється ринковим механізмом. До внутрішніх типів стимулювання належать мотивація самого суб'єкта господарювання, а також інші заходи, які покращують його роботу [17, с. 45-46].

Система ТПП України має 70 представників у 56 країнах світу та підписала 174 угоди про міжнародне співробітництво з іноземними організаціями-партнерами. ТПП України виступає засновником та координатором 45 двосторонніх бізнес-комітетів.

Малі та середні підприємства у складі Торгово-промислової палати у відсотковому співвідношенні становлять 85 %, а 15 % – великі компанії, включаючи: ВАТ «Укрнафта», ВАТ «Запоріжсталь», ТОВ «Метінвест Холдинг», ВАТ «Турбоатом», ВАТ «Мотор-Січ», ДП «Антонов» та інші, що зображено на рисунку 1.2.

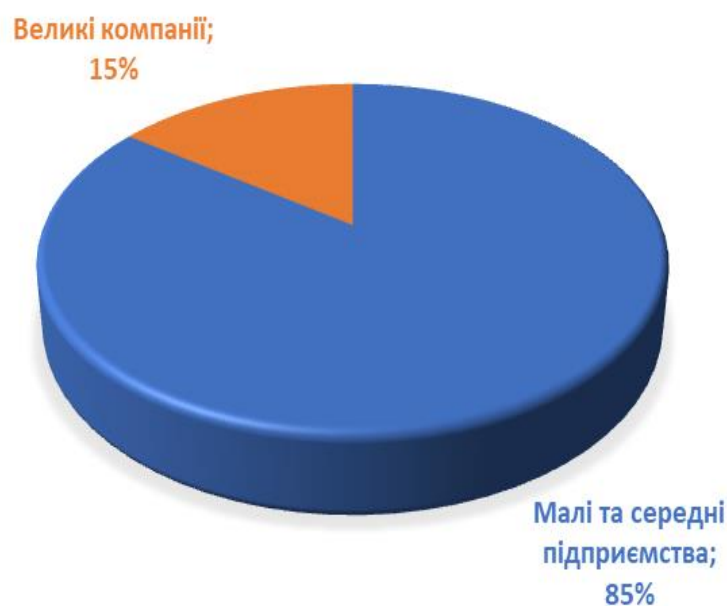


Рисунок 1.2 – Співвідношення представників бізнесу у складі торгово-промислової палати

Джерело: складено автором на основі даних [2]

Серед членів палати більше 60 бізнес-асоціацій країни: Українська асоціація якості, Українська асоціація підприємств легкої промисловості «Укрлегпром» та Українська турецька бізнес-асоціація TUID [2].

На сьогоднішній день до торгово-промислової палати України входять вісім тисяч суб'єктів підприємницької діяльності. До обласної структури ТПП входять Центральна торгово-промислова палата України та двадцять п'ять обласних торгово-промислових палат, таких як:

- Вінницька;
- Волинська;
- Дніпропетровська;
- Донецька (базується в Краматорську);
- Запорізька;
- Житомирська;
- Закарпатська;
- Івано-Франківська;
- Київська;
- Київська обласна;
- Кіровоградська;
- Луганська (базується в Сєверодонецьку);
- Львівська;
- Миколаївська;
- Одеська;
- Полтавська;
- Рівненська;
- Сумська;
- Тернопільська;
- Харківська;
- Херсонська;
- Хмельницька;

- Черкаська;
- Чернівецька;
- Чернігівська [18].

Торгово-промислова палата здійснює підприємницьку діяльність лише в межах, необхідних для виконання своїх статутних завдань. Одержаний прибуток не розподіляється між членами Торгово-промислової палати, а використовується для виконання їхніх статутних завдань. Торгово-промислова палата несе відповідальність за всі свої обов'язки та майно. Торгово-промислова палата не несе відповідальності за зобов'язаннями своїх членів, також і члени Торгово-промислової палати не несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями. Назва «Торгово-промислова палата» та її фрази можуть використовуватися лише для організацій, створених відповідно до дійсного закону [19, с. 52].

Основними завданнями Торгово-промислової палати є:

- сприяти розвитку зовнішньоекономічних відносин, експорту вітчизняних товарів та послуг, надавання практичної допомоги бізнесу у проведенні торговельно-економічної діяльності на зовнішньому та внутрішньому ринках, а також розвивати нові форми взаємовідносин;
- представляти та зацікавлювати членів Торгово-промислової палати в господарській діяльності в Україні та за кордоном;
- організовувати взаємодії між комерційними структурами та координувати їх відносини з державою перед державними інституціями;
- приймати участь у професійному навчанні та організаціях експертного стажування в Україні та за кордоном громадян України у сфері підприємництва, розвитку конкуренції у формуванні реалізації національних та міждержавних планів у даній сфері;
- надавати відповідно до національного законодавства довідково-інформаційні послуги про діяльність українських та іноземних підприємців, базову інформацію про некомерційну таємницю, а також сприяти, зокрема,

поширенню українських та іноземних технологічних досягнень через засоби масової інформації, економіки та науки, посилити знання, щодо законодавства, митних та торгових правил, можливості українських підприємців у зовнішньоекономічному співробітництві;

- допомагати в організації інфраструктури для бізнес-інформаційних послуг;

- надавати сервіс з торгово-економічної діяльності іноземним компаніям та організаціям;

- розвивати та встановлювати відносини з іноземними підприємцями та організаціями, які їх об'єднують чи представляють, а також брати участь у роботі міжнародних неурядових та інших спільних організацій;

- сприяти розвитку комерційної торгівлі та інших коректних практик, а також брати участь у розробці правил професійної етики конкуренції в різних сферах бізнесу, промисловості, профспілок та підприємницьких асоціацій;

- виконувати інші завдання, передбачені статутом.

Процес зупинення діяльності Торгово-промислової палати називається ліквідацією. Ліквідація ТПП здійснюється за рішенням вищого адміністративного органу або засновника палати. Торгово-промислова палата також може проводити ліквідацію відповідно до рішення суду та процедур, передбачених законом у цій справі. Припинення діяльності Торгово-промислової палати починається з моменту реєстрації в єдиному національному реєстрі підприємств та організацій [14].

### 1.3 Зовнішньоекономічний вектор діяльності торгово-промислової палати

Міжнародна торгівля дозволяє країнам обмінювати те, що вони мають, на те, що їм потрібне. Країна, яка має розвинене сільське господарство, але не має вугільних родовищ, може експортувати продукти харчування, а імпортувати вугілля. Деякі країни спеціалізуються на виробництві якогось одного товару, інші пропонують широкий спектр товарів та послуг [20, с. 421].

Саме, тому зовнішньоекономічна діяльність – це діяльність локальних та іноземних суб'єктів господарювання, яка ґрунтується на взаємовідносинах між ними та відбувається в певній країні та за кордоном. Більш стандартизоване визначення цієї діяльності внесено до Господарського кодексу України. Відповідно Кодексу, зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарювання є господарською діяльністю, і в процесі її здійснення необхідно провозити через митний кордон України майно або робочу силу [21].

Міжнародна торгівля ведеться як «реальними», так і «віртуальними» товарами. Більшість товарів, як-от продукти харчування, комп'ютери та пральні машини, що переміщуються з однієї країни до іншої, є товарами реальної торгівлі. Віртуальні товари – це банківські перекази, страхові поліси, а також послуги, пропоновані туристами. Деякі країни, як-от Швейцарія та Великобританія, одержують великі доходи саме від невидимої торгівлі.

Деякі країни обмежують імпорт іноземних товарів, намагаючись таким чином, захистити власну промисловість. На імпорту продукцію часто встановлюють спеціальний податок, так званий тариф або вводять обмеження на її ввезення. Така політика називається протекціонізмом.

Термін «вільна торгівля» означає, що особи (юридичні або фізичні) мають право імпортувати чи експортувати товари без будь-яких обмежень і тарифів. Політика свободи торгівлі поживляє товарообмін, а також, як вважається, забезпечує зайнятість і високий рівень добробуту населення. Міжнародні торговельні об'єднання, такі, як Європейський союз та Північноамериканська зона вільної торгівлі (НАФТА), домовилися про встановлення режиму вільної торгівлі між державами-учасницями. Всесвітня торговельна організація (ВТО) виступає за поступову відміну обмежень на імпорт і експорт товарів та розвиток вільної торгівлі між усіма країнами.

Співвідношення між грошовими сумами, які надходять до країни і йдуть з неї як оплата за товари і послуги, називається платіжним балансом. Односторонній рух капіталів чи товарів може завдати значної шкоди економіці країни [20, с. 421].

Важливу роль у посиленні розвитку зовнішньоекономічної діяльності в системі ринкової економіки відіграє Торгово-промислова палата. Цьому сприяє діяльність Торгово-промислової палати через її численні завдання, напрямки та широкий спектр послуг у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Розвиток соціальної економіки сприяв розвитку торгово-промислових палат, ставши важливим центром комерційної діяльності в більшості країн, набравши чинності взаємовигідного співробітництва в загальній системі світового господарства. Створення сприятливих умов для підприємницької діяльності та сприяння загальному розвитку науково-технічних і торговельних відносин між українськими підприємцями та їх іноземними партнерами, що представляють інтереси її учасників в Україні та за кордоном [22, с. 371].

В Україні діють такі національні регуляторні органи зовнішньоекономічної діяльності:

- Верховна Рада України;
- Кабінет Міністрів України;
- Національний банк України;

- Виконавчий орган центральної економічної політики;
- Національна митна служба України;
- Українська антимонопольна комісія;
- Міжвідомчий комітет з міжнародної торгівлі [23].

Комітет зовнішньоекономічної діяльності Торгово-промислової палати України є постійним дорадчим органом, до складу якого входять підприємці-експерти у сфері зовнішньоекономічної діяльності, провідні експерти комерційних підприємств, їх асоціації, науково-дослідні, проектні організації та міжнародні організації. Представники органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також представники іноземних посольств в Україні можуть на безкоштовній основі брати участь у роботі ради. Комітет виступає посередником у діалозі між компаніями та урядом, лобіюючи широкий спектр питань для покращення загальної правової регуляторної політики та усунення бар'єрів для бізнесу. Крім, того, це має практичний вплив на законодавство та розробку обґрунтованих законів для розгляду про фактичні потреби бізнесу та відповідні органи державної влади.

Ключовими завданнями ради є:

- надавати всебічну допомогу українським експортерам у просуванні товарів та послуг на зовнішніх ринках;
- пояснювати питання, пов'язані з діяльністю українських підприємств у сфері зовнішньоекономічної діяльності і опрацьовувати відповідні професійні поради та пропозиції;
- створити платформу прямого діалогу для розвитку зовнішньоекономічної діяльності у формі «бізнес-влада»;
- представлення питань українського підприємництва у галузі зовнішньо-економічної діяльності перед органами місцевого самоврядування та органами державної влади;

– захист інтересів підприємництва з багатьох питань для вдосконалення загальної правової і регуляторної політики та усунення перешкод у веденні бізнесу.

Діяльність Ради керується українським законодавством, Конституцією Торгово-промислової палати України та рішеннями її керівних органів [24].

Підтвердження документів, пов'язаних із зовнішньоекономічною діяльністю (комерційні документи) – це порядок підтвердження дійсності документів, виданих підприємствами та організаціями чи державними установами, представництвами іноземних суб'єктів господарювання, зареєстрованими в Україні та надання оригіналів документів комерційного характеру іноземним контрагентам.

Засвідчення документів, які стосуються здійснення зовнішньоекономічної діяльності, належить до юридичних функцій Торгово-промислової палати України, регіональної ТПП, послуги якої надаються за встановленими тарифами.

Тарифи на сертифікаційні послуги, пов'язані з зовнішньоекономічною діяльністю (комерційні документи), включають:

- звичайна процедура засвідчення (протягом 3 робочих днів);
- процедура термінового засвідчення (максимум 1 робочий день).

Для підтвердження документів комерційного характеру заявник подає повну заяву встановленої форми та необхідні документи особам, які мають право на виконання цієї функції до Торгово-промислової палати України:

– подати заяву на оформлення документів, пов'язаних із здійсненням зовнішньоекономічної діяльності за встановленою формою (документи комерційного характеру);

– документи, пов'язані із здійсненням зовнішньоекономічної діяльності (комерційні документи);

- довіреність заявника, заява на засвідчення документів, пов'язаних із здійсненням зовнішньоекономічної діяльності в ТПП України (комерційні документи);
- платіжна квитанція чи доручення, що використовується для оплати послуг ТПП України, також використовується для підтвердження документів, пов'язаних із здійсненням зовнішньоекономічної діяльності (документи комерційного характеру);
- акти завершених робіт, підписуються та скріплюються печаткою уповноваженої особи заявника;
- рахунок на оплату (необов'язково), тільки тоді, коли він потребує заявника.

Крім того, за допомогою кур'єрської служби заявник може надати до ТПП України пакет атестаційних документів. Для цього у заяві необхідно вказати факти таких подань та квитанцій (інформація про особу, яку можна вказати в розділі «Контактна інформація», яка може відправляти на своє ім'я) [25].

Одним із основних напрямів діяльності ТПП є надання послуг, підтримка зовнішньоекономічної діяльності підприємств, зміцнення їх позицій на міжнародному ринку завдяки авторитету та досвіду всієї системи торгово-промислової палати. ТПП сприяє діловому співробітництву між місцевими бізнес-спільнотами та з іноземними партнерами. З метою розвитку зовнішньоекономічних стосунків, було ініційовано створення змішаних торгових палат і відкрито представництва за кордоном [22, с. 374].

Об'єктивно виникла необхідність проводити міжнародні розрахунки за тимчасово ввезені з інших країн товари на пільгових умовах, що призвело до появи низки міжнародно-правових документів, серед яких насамперед слід звернути увагу на Митну конвенцію А.Т.А. укладену в Брюсселі 6 грудня 1961 р. Під егідою Комітету митного співробітництва було прийнято Положення про тимчасове ввезення товарів (Конвенція А.Т.А.) [26].

Саме тому Карнет АТА – це уніфікований міжнаціональний митний документ, ухвалений відповідно до положень «Конвенції про тимчасове ввезення», прийнятої в турецькій столиці 26.06.1990 р. Абревіатура «А.Т.А.» є комбінацією скорочень французького слова «фр. admission temporaire» і англійських «англ. temporary, admission». Останнім часом все частіше використовується абревіатура «АТА» [27, с. 237].

Міжнародний договір включає в себе:

- запровадження карнету АТА – як єдиного міжнародного митного документу, який прийнятий митними органами країн-учасників Конвенції, як форму митної декларації та як міжнародну гарантію, що покриває ввізні мита та суми податків відповідно до національного законодавства країни-імпортера ввезення-транзиту у разі порушення режиму тимчасового ввезення;

- карнет АТА поширюється на товари, імпортовані за раніше укладеною угодою про тимчасовий міжнародний імпорт: рекламні матеріали, товари та устаткування, комерційні зразки, професійне обладнання, що демонструються або використовуються на виставках, ярмарках, конференціях та інших подібних заходах;

- для забезпечення сплати всіх мит і податків (у разі порушення режиму тимчасового ввезення) передбачена міжнародна мережа митних гарантій;

- передбачено створення міждержавної мереж асоціацій-гарантій, які надають карнети АТА [26].

Відповідно до Закону України № 1661-IV від 24 березня 2004 року Україна приєдналася до Стамбульської конвенції про тимчасове ввезення в червні 2004 року.

Відповідно до розпорядження Кабінету Міністрів України від 31.12.2004 р. № 988-р та затвердженого Урядом України від 29.12.2006 р. № 1654 порядку видачі книжки (карнети) АТА, має право на видачу книжок

АТА в Українській промисловій асоціації. ТПП України може розпоряджатися повноваженням щодо видачі карнетів АТА, регіональній торгово-промисловій палаті, при цьому залишаючись лише одним гарантійним агентством в Україні.

З приєднанням ТПП України до мережі міжнародної асоціації гарантій з 1 березня 2008 року Україна стала повноправним учасником міжнародної системи АТА та запровадила обіг книжки АТА на своїй митній території [28, с. 282].

Карнет АТА широко використовується в багатьох державах світу. Лише в 2006 році було видано приблизно 158 000 книжок АТА для тимчасового імпорту на суму майже 15 мільярд доларів США.

Карнет АТА, отриманий в Україні, являється книжкою формату А4, переплетену різними способами використання та кольорами паперу:

Верхня і нижня обкладинки зелені. Відривні документи жовтого кольору (митний орган України як тимчасовий експортер товарів), білий (митний орган країни тимчасового імпорту) та синього (митний орган країни транзиту). Кореневі сторінки кожного відривного документа відповідно жовтий, білий та синій (Додаток Б).

Кількість відривних документів і паперів, які використовуються для заповнення книги АТА, залежить від кількості країн тимчасового імпорту та кількості країн транзиту, через які товари пересилаються митною зоною [27, с. 239].

Тим не менш, зовнішньоекономічна діяльність відіграє надзвичайно важливу роль у взаємозв'язку ТПП та підприємництва, бо усі процеси, пов'язані із здійсненням господарської діяльності за межами країни для підприємства покращують добробут відразу 3-х сторін: в першу чергу – це бізнес як всередині країни, так і за її межами; а також ТПП, надаючи послуги із оформлення товарів та послуг, набуває ваги ключової ланки у покращенні економічного клімату країни в цілому.

## Висновки до першого розділу

Зважаючи на проведений у розділі аналіз, торгово-промислова палата відіграє важливу роль у налагодженні тісних взаємовигідних зв'язків зі сферою підприємництва, про що свідчать історія походження зародження палати у світовому масштабі та на теренах власної держави.

Уособлення підтримки бізнесу залучення нових членів до ТПП сприяють полегшенню співпраці палати та бізнесу за такими напрямками:

- економіка;
- соціальні відносини;
- нормативно-правова регуляторика.

Крім того діяльність ТПП регламентується за всіма обласними департаментами чинним законодавством, але, якщо палата розглядає окремих випадок на локальному рівні, тоді співпраця палати із бізнесом, має здебільшого індивідуальний характер.

Найбільш вагомим спільним питанням ТПП та бізнесу виступає саме зовнішньоекономічна діяльність, наприклад, завдяки чому такі торговельні посередники, як: дистриб'ютор, дилер, митний брокер, чи будь який інший іноземний суб'єкт діяльності, мають можливість відносно оперативно здійснювати переміщення товарів між країнами, експортно-імпортним, імпортно-експортним чи транзитним режимом, з подальшими операціями доведення товару до кінцевого споживача.

Відтак, зовнішньоекономічна діяльність відіграє надзвичайно важливу роль у взаємозв'язку ТПП та підприємництва, бо усі процеси, пов'язані із здійсненням господарської діяльності за межами країни для підприємства покращують добробут відразу 3-х сторін: в першу чергу – це бізнес як всередині країни, так і за її межами; а також ТПП, надаючи послуги із оформлення товарів та послуг, набуває ваги ключової ланки у покращенні економічного клімату країни в цілому.

## 2 Практичні аспекти діяльності торгово-промислової палати у сфері підприємництва

### 2.1 Торгово-промислова палата України в підприємницькій діяльності

В продовж 2020 року торгово-промислова палата України активно взаємодіяла з Офісом Президента, Кабінетом Міністрів та Верховної Ради України. Даний спосіб комунікації, лише збільшує можливості для діалогу між владою та бізнесом.

Активно бравши участь у засіданнях Федерації світових палат та Європейської торгової палати надає більш тісну співпрацю з Європейським Союзом та іншими країнами світу.

Участь у системі ТПП України надає:

- представництво та захист інтересів бізнесу;
- сприяння розвитку зовнішньоекономічних зв'язків та експорту;
- пошук вітчизняних та іноземних партнерів;
- приймання участі у ділових заходах та міжнародних делегаціях з тисячами членів торгово-промислової палати;
- одержання комерційних оферт від національних та закордонних компаній [29].

Розглядаючи статистичні дані, кількості членів ТПП України, за весь час та порівнюючи із кількістю залучених нових членів за 2020 р. (рисунок 2.1), можна порахувати приріст у відсотках нових членів за 2020 р.:

$$315/7848 \cdot 100 = 4 (\%)$$

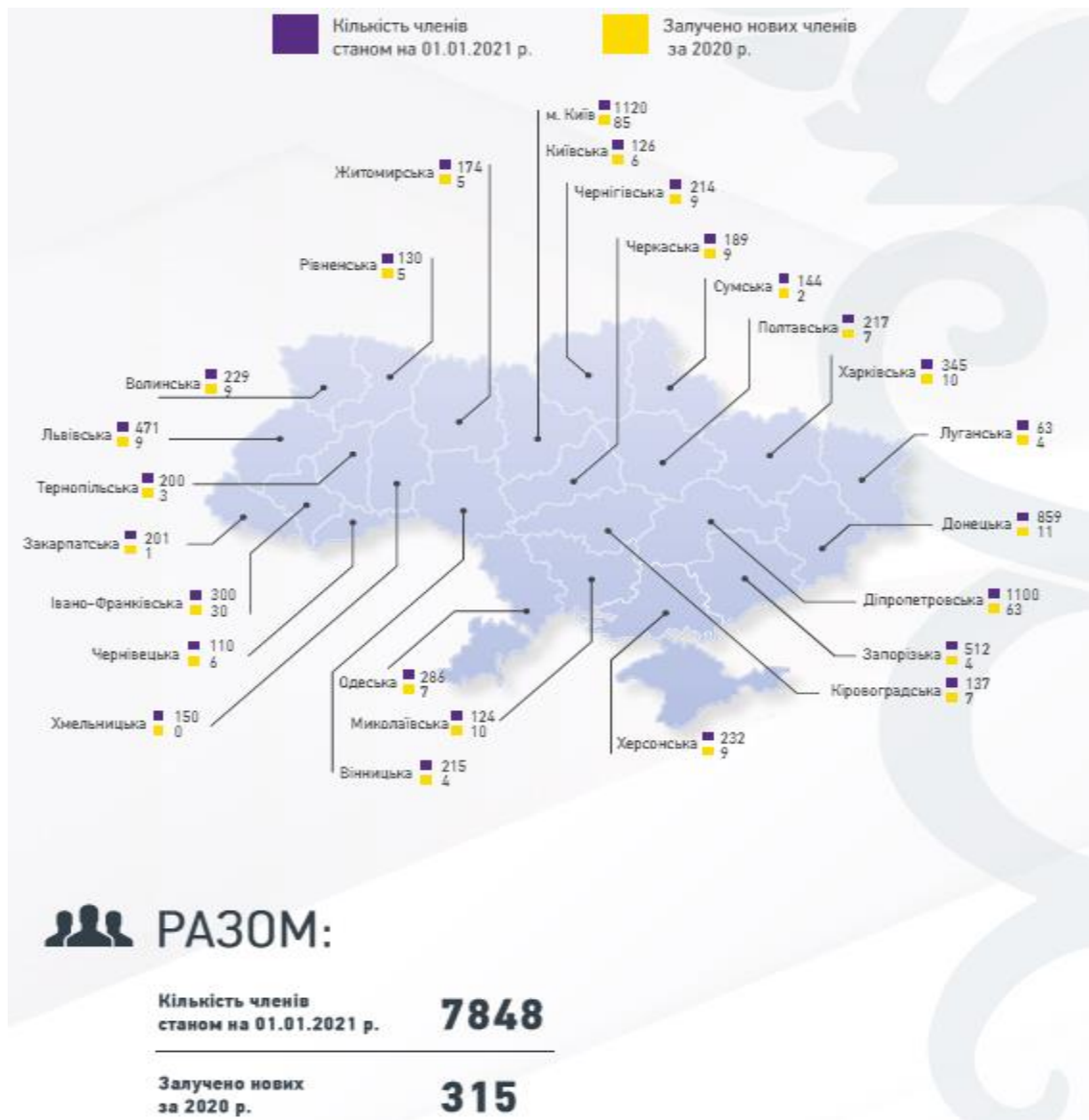


Рисунок 2.1 – Кількість членів станом на 01.01.2021 та кількість нових членів залучених у 2020 році

Джерело: використано автором за [29]

4 % – звичайний приріст нових членів ТПП України, така частка приросту є досить актуальною і на 2021 р.

Крім того, аналізуючи інформацію, наведену на рисунку 2.1, можна відмітити окремо членство за різними областями країни, наприклад, першість за загальною кількістю членів станом на перше січня 2021 р належить очевидно м. Києву із показником у 1 120 членів, адже більшість підприємств зосереджено саме в столиці. Наступне – друге місце – посідає Дніпропетровська область з кількістю 1 100 членів палати (одна з найбільш

економічно розвинених областей країни), і на третьому місці розташувалась Донецька область із показником у 859 членів ТПП.

Найменша загальна кількість членів за весь час належить таким областям, як: Миколаївська, Чернівецька та Луганська, – 124, 110 та 63 члени відповідно, що зумовлено меншою кількістю підприємств і недостатньою підприємницькою активністю у даних областях.

Залучення нових членів до ТПП України за 2020 рік не кардинально відрізняється від статистики членства за весь час її існування, так, наприклад, найбільша кількість залучених членів за 2020 рік належить м. Києву із показником – 85 нових членів, наступною є Дніпропетровська область – 63 члена, далі слідує Івано-Франківська область – 30 членів.

Розглядаючи найменшу кількість залучення нових членів до ТПП у 2020 році, можна відмітити Сумську область – 2 нових члени, Закарпатська – 1 залучений і найгірші показники бізнес-активності продемонструвало м. Хмельницький – жодного нового залученого до лав ТПП.

В контексті кількості нових членів за 2020 рік та членів за весь час, також потрібно розглянути і галузі, у яких працюють члени-учасники ТПП України. На рисунку 2.2 зображено найменування галузі та кількість залучених у 2020 р. членів-учасників ТПП за кожною з них. Аналізуючи інформацію, наведену на рисунку, можна зазначити, що 373 члени-учасники галузі оптової та роздрібною торгівлі є найбільшими групами за кількістю учасників торгово-промислової палати. Далі за кількістю учасників розташовується транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, одним словом – логістична інфраструктура – з кількістю у 145 учасників.

Третьою за кількістю залучених членів-учасників є виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів – 112 членів-учасників, варто зазначити, що у цій сфері господарської діяльності присутні здебільшого малі та середні підприємства, частка яких складає 85 %, адже ці

види бізнесу є найбільш доступними для започаткування власного стартапу пересічним громадянином.

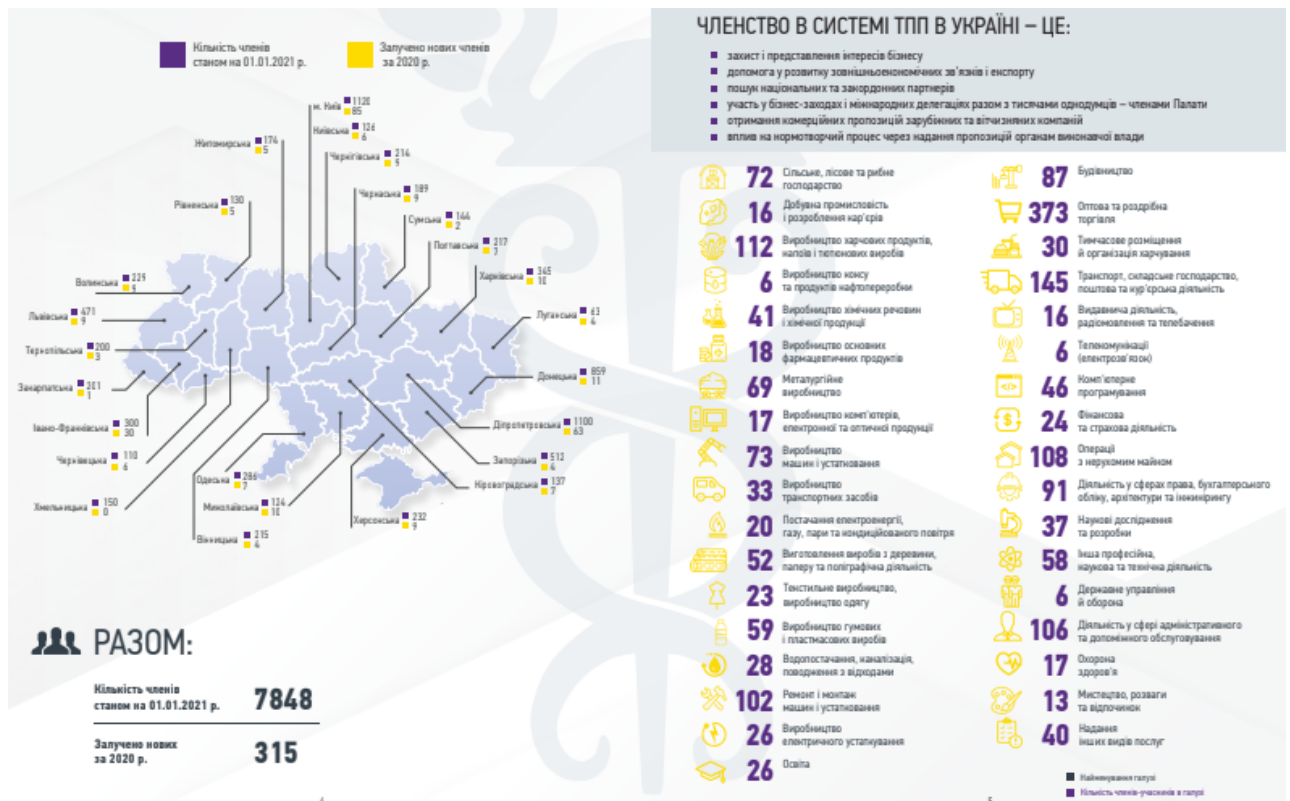


Рисунок 2.2 – Найменування галузей та кількість членів-учасників за галузями, що набули членство у 2020 р.

Джерело: використано автором за [29]

Вдалим прикладом є відкриття власної кав'ярні, виробництво стаканчиків одноразового використання, в тому числі, вафельних стаканчиків, індивідуальний продаж товарів та послуг, особливо через електронні торговельні майданчики (маркетплейси), дропшипінг тощо, що особливо актуально в часи пандемії та карантинних обмежень.

Три найменш представлені галузі членами-учасниками ТПП – це виробництво коксу та продуктів нафтопереробки, телекомунікації (електрозв'язок) та державне управління і оборона (по 6 членів-учасників на

кожну з означених сфер бізнесу). Це пов'язане із тим, що зазначеними сферами бізнес-активності опікується великий бізнес, частка якого складає 15 %, або держава (як у випадку державного управління й оборони).

Як для торгово-промислової палати, так і для країни та світу 2020 рік став складним періодом. Нові умови праці та швидка адаптація до стану навколишнього середовища, які без підтримки влади та розуміння підприємствам подальшого ведення господарської діяльності в часи пандемії призупинило розвиток економічних процесів, при яких досить важко подолати вплив карантинних обмежень. Тому ТПП впродовж останніх двох років надає посильну допомогу підприємцям.

З першого дня локдауну для боротьби з COVID-19 робота ТПП була налаштована на дистанційне обслуговування, а вона почала забезпечувати безперебійне надання повного сервісу для усіх підприємств розташованих на території країни. ТПП було створено низку нових інсайтів.

За підтримки Посольства Великої Британії в Україні ТПП України, Чернігівська, Донецька та Запорізька ТПП допомагали виробникам засобів індивідуального захисту здійснювати підготовку технічної документації, яка доводить, що їхня продукція відповідає вимогам законодавства України та Європейського Союзу.

У червні 2020 р. до ТПП України, а також до Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України, Держпродспоживслужби України та Херсонської ОДА було передано три види захисних масок у розмірі 38 000 од. від китайських компаній-членів КТА «СМАРТ САКСЕСС ІНТЕРНЕТІОНЛ ЛІМІТЕД» та «ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ КОМПАНІЇ ШИЧЖЕНЬ ТАН». Надана гуманітарна допомога була розподілена серед медичних закладів Херсонщини, а саме: обласної інфекційної лікарні та пологового відділення.

Комітетом розвитку малого та середнього бізнесу Дніпропетровської ТПП було підготовлено онлайн-посібник «Карантин в Україні: наслідки та рекомендації для бізнесу».

За підтримки Програми ООН із відновлення та розбудови миру та за фінансової підтримки Європейського Союзу Донецькою і Запорізькою ТПП було впроваджено проекти «Антикризова платформа «Єднаємо бізнес Донеччини – перемагаємо кризу разом!» і «Антикризова платформа «Єднаємо бізнес Запорізького регіону – перемагаємо кризу разом!» відповідно [29].

Центр інформаційної підтримки бізнесу Запорізької ТПП за підтримки ЄБРР в рамках ініціативи «EU4Business» Європейського Союзу провів череду вебінарів, зокрема, на теми: «Карантин в Україні та форс-мажорні обставини», «Фандрейзинг та гранти VS наслідки пандемії», «Експорт після карантину: як диверсифікувати ризики» тощо.

Київська ТПП здійснювала моніторинг впливу обмежувальних заходів на діяльність підприємців МСБ та формувала пропозиції з мінімізації негативних наслідків на бізнес, які було направлено Голові Київської міської державної адміністрації Кличку В. В.

Члени Київської ТПП спеціально для представників малого та середнього бізнесу розробили безкоштовну платформу з відповідями на найпоширеніші запитання, що виникають під час карантину. Для розміщення інформації з актуальних питань та її обговорення було запроваджено онлайн-журнал «The Chamber Review».

Ще на початку пандемії Київська обласна ТПП виділила на потреби медицини близько 100 тисяч гривень, а також звернулася до бізнесу з проханням допомогти медичним закладам Київщини у боротьбі з епідемією.

Львівська ТПП стала співзасновником Благодійної програми COVчег - екуменічного соціально-медичного проєкту з надання медико-соціальних психологічних протиепідеміологічних заходів у боротьбі з COVID-19 у Львівській області.

Центром бізнес-освіти Одеської ТПП було розроблено нову концепцію: «Інноваційно-професійний підхід до бізнесу та програма бізнес-підтримки», в рамках якої було організовано 10 бізнес-діалогів (інтерв'ю) з експертами та

провідними фахівцями щодо нових тенденцій у світі бізнесу, ефективних інструментів для вирішення проблем під час пандемії тощо.

У 2020 році було започатковано новий проєкт «Бізнес-клуб» при Харківській ТПП. Формат бізнес-клубу передбачає спільне обговорення актуальних для бізнесу тем, вирішення проблемних питань та встановлення нових контактів. Заходи проводилися із дотриманням усіх карантинних вимог.

Херсонська ТПП створила Youtube-канал, який допоміг підтримувати комунікацію з бізнесом під час карантину, надав можливість членам і партнерам ХТПП розповісти про себе на міжнародній онлайн-платформі.

У березні, разом з бізнес-спільнотою, Чернігівська ТПП організувала збір коштів на придбання захисних робочих комплектів для бригади швидкої допомоги міста та медиків першої дитячої поліклініки у боротьбі з коронавірусом COVID-19. Силами 36 підприємств регіону було зібрано 332 000 гривень на придбання 350 комплектів захисного одягу. Також за підтримки Чернігівської ТПП, чотири підприємства стали учасниками проєкту «Час закритих дверей». Це всеукраїнський документальний фотопроект «The Gate Agency» про те, що проживає український бізнес під час пандемії COVID-19.

Змінилась і робота арбітражної установи при ТПП України. 17.09.2020 року Українське Бюро ТПП затвердило регламенти МАК і МКАС при торгово-промисловій палаті України, з метою стандартизації та розширення використання електронних технологій під час дистанційного арбітражного розгляду справ. Зміни регламенту стали своєчасною реакцією на вплив міжнародних карантинних обмежень для бізнесу і на міжнародний комерційний арбітраж.

В роботі наведено обмежену інформацію щодо допомоги з боку ТПП бізнесу, бо кожна торгово-промислова палата зробила свій внесок у підтримку підприємництва в таких складних умовах для всіх областей

країни, що допомогло інтегруватися в новітні електронні технології та прискорити процес діджиталізації усіх бізнес-процесів.

На рисунку 2.3 винесено інформацію щодо основних показників діяльності ТПП України у 2020 р.



Рисунок 2.3 - Основні показники діяльності ТПП України у 2020 р.

Джерело: використано автором за [29]

Не беручи до уваги пандемію, в роботі торгово-промислової палати України сталася велика подія – черговий з'їзд торгово-промислової палати України, який проходить кожні п'ять років. У результаті було затверджено склад нової ради торгово-промислової палати України до 91 представника, у тому числі керівників бізнесу, представників комітетів, які представляють інтереси всіх регіонів України та наших галузей економіки.

На даному форумі ТПП було ухвалено стратегію розвитку напрямів роботи на найближчі 5 років. Стратегія поєднує у собі покроковий процес покращення стану таких векторів, як: порядку денного бізнесу до влади,

відкриття нових ринків для вітчизняних експортерів, імідж взірцевого роботодавця, фінансово стійка модель членства, сприяння діяльності арбітражних установ системи ТПП України, діджиталізація послуг і документообігу та пізнаваність бренду «Палата», що зображено у вигляді схеми на рисунку 2.4.



Рисунок 2.4 – Стратегія, схвалена палатою, за напрямками якої організація працюватиме найближчі 5 років

Джерело: складено автором за [29]

Перший вектор Стратегії характеризує взаємодію бізнесу та влади, бо всі ключові законодавчі акти, розвиток електронних держзакупівель та держзамовлення здійснюються безпосередньо за участю уряду.

Наступний вектор сприятиме зовнішньо-економічній діяльності та міжнародним відносинам із країнами імпортерами для залучення нових іноземних сегментів ринку для задоволення пропозиції внутрішнього бізнесу.

ТПП України це також певний «маркетплейс» вакансій та зайнятості, саме покращення іміджу у цьому векторі принесе відчутний вплив на

свідомість споживачів, щодо працевлаштування у перспективних та відповідальних компаніях.

Як і для будь-якої організації, Торгово-промислової палаті необхідно мати ефективну фінансову модель членства, адже велика кількість членів-учасників не гарантує якісні показники, що досить важливо при формуванні дійсно ефективно-стійкого членства та взаємопраці в команді.

Вдосконалення діяльності арбітражних установ системи ТПП України є не менш значущим завданням у найближчі 5 років, адже при сприятливих обставинах, вирішенні питань закордонного врегулювання юридичних формальностей будуть сприяти покращенню загальних умов ведення бізнесу як на національному так і на міждержавному рівні.

Досить важливим на сьогоднішній день є цифровізація запропонована урядом як на прикладі застосунок «Дія» який у випадку України дозволяє фізичним та юридичним особам користуватися у зручному режимі документами, що відповідно полегшує документообіг навіть у випадку взаємодії ТПП та підприємництва, розвиток електронних технологій з початку пандемії набрала надзвичайно стрімких обертів, що посилює значення комп'ютерних технологій та їх застосування у теперішньому житті.

Пізнаваність бренду «Палата» і загалом «Торгово-промислова палата України», полягає у його брендбуці. А саме в його логотипі використовується зображення Кадуцея як уособлення бога торгівлі. Даний логотип традиційно використовується для символіки Торгово-промислової палати в багатьох країнах, у тому числі в Україні. Кадуцей символізує владу, високі посади, магічну миротворчу силу і здатність вирішувати суперечки. Цей контент точно передає роль української ТПП у суспільстві, даний логотип зображено на рисунку 2.5.

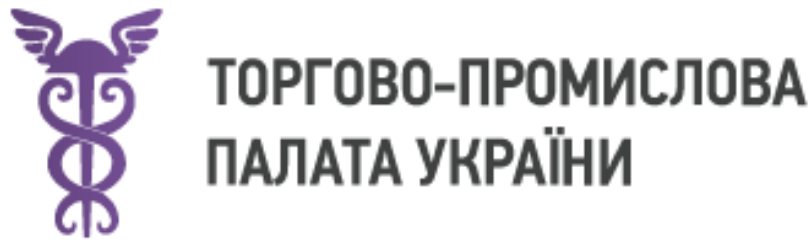


Рисунок 2.5 – Логотип торгово-промислової палати України

Джерело: [30]

Основний колір палітри фірмового іміджу – індиго, який сучасні вчені відносять до фіолетового. Фіолетовий є результатом злиття червоного і синього. Енергія та сила червоного кольору поєднуються з розумом та спокоєм синього кольору. Люди вірять, що фіолетовий сприяє розвитку глобальних планів та ідей. Колір індиго також символізує інноваційність, технологічність та відкритість. Темно-сірий колір символізує надійність та основу стабільності. Інші кольори в палітрі фірмового стилю – світло-сірий і жовтий (Додаток Г).

Також брендбук ТПП України включає в себе:

- елементи фірмового стилю;
- шрифти;
- графічні елементи;
- поліграфічну продукцію;
- сувенірну продукцію та канцтовари (Додаток Г).

Торгово-промислова палата України у 2020 році організувала понад 460 заходів в онлайн та офлайн формах, у яких взяли участь 5 264 різних компаній (рисунок 2.6).

Із 460 заходів, – 262 (57 %) складають бізнес форуми, 135 (29 %) – ділових зустрічей, 9 % або 42 заходи, – складають семінари і конференції; на онлайн-виставки припало 21 захід (5 %).

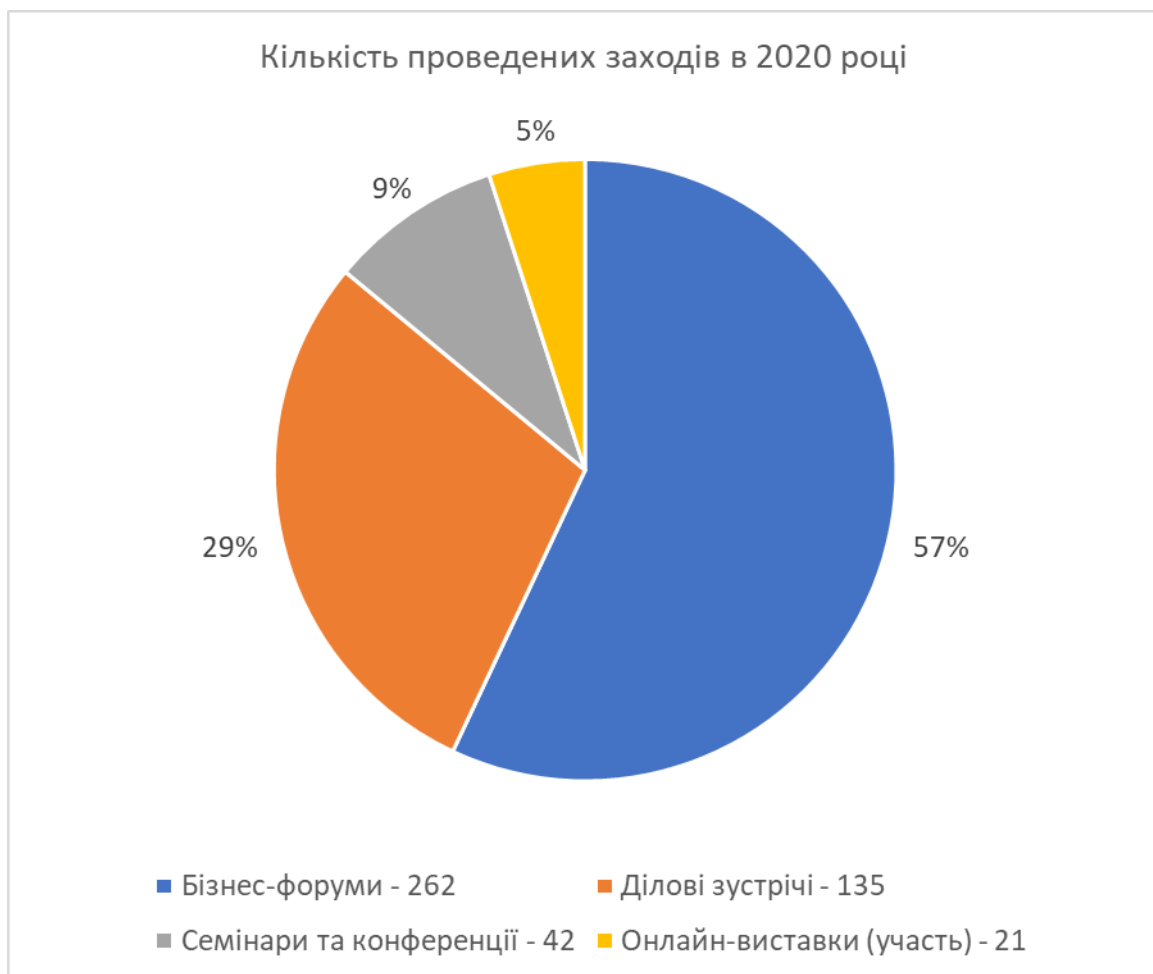


Рисунок 2.5 – Кількість проведених заходів в 2020 році

Джерело: складено автором за [29]

Так ТПП України проводить активну участь у різних заходах з метою покращення зв'язків із бізнесом, підвищенням кваліфікації, поширення вакантних умов та підтримання обізнаності персоналу у ключових напрямках.

У розрізі країн, у яких найбільше проводилось заходів із залученням персоналу торгово-промислових палат у 2020 році, можна спостерігати наступне (рисунок 2.7):

Світовим гігантом серед країн у розвитку економіки виступає Китай або ще як його скорочено називають КНР (Китайська Народна Республіка), саме на його території або за його участі у 2020 р. відбулася найбільша кількість заходів, а саме 24 конференції.



Рисунок 2.7 – Кількість найбільших проведених заходів за країнами у 2020 р.

Джерело: [29]

На другій сходинці знаходиться Південна Корея із показником 6, слідом йдуть країни СНД, такі як: Білорусь та Казахстан по 5 конференцій на кожну державу. По 4 заходи відбулося в Аргентині, Узбекистані та на Кубі. По 3 конференції провели Іспанія, Афганістан та Нігерія. У більшості країн було проведено лише по 2 заходи. Мексика, Велика Британія та США провели по 1 заходу.

Таким чином, шлях ТПП України – подальша інтеграція України в європейські регіональні ринки. 2020 рік став також роком активної підготовки змін до Угоди про Асоціацію Україна-ЄС, яка мала бути підписаною в 2021 р. ТПП України максимально підтримує процес формулювання позиції України щодо змін в угоду з ЄС. Саме Торгово-промислова палата консолідує думку бізнесу. Діяльність ТПП України і надалі охоплюватиме 3 основні напрями: збільшення інвестицій, сприяння експорту та всеосяжну підтримку МСБ.

## 2.2 Хмельницька торгово-промислова палата у підприємницькій діяльності

Хмельницька торгово-промислова палата (далі ХТПП) – це некомерційна та недержавна автономна організація, яка об'єднує юридичних осіб, створених та функціонуючих відповідно до законодавства України на громадських засадах, а також підприємців України та їх об'єднання.

Сьогодні ХТПП налічує понад 290 суб'єктів господарювання з різноманітними формами власності, які представляють майже всі галузі економіки Хмельницької області. Основним завданням Хмельницької ТПП є створення необхідних умов для регіонального підприємництва, сприяння налагодженню ділового взаємозв'язку з локальними та іноземними партнерами, розширення ринку товарів і послуг, всебічне покращення міждержавного промислового, науково-технічного і торговельного зв'язку [31].

Основні дані Хмельницької ТПП, наступні: Код ЄДРПОУ 02944774, вона знаходиться за адресою м. Хмельницький, вул. Подільська, буд. 109/1. Дата заснування ХТПП 12.08.1998. Власником та засновником є Смертенюк Ельвіра Василівна, Президентом ХТПП є Беякова Наталія Миколаївна. Основний вид діяльності – діяльність організацій промисловців і підприємців [32].

У вересні 1967 року Хмельницька ТПП започаткувала свою діяльність як Хмельницьке товарно-промислове бюро при Українському відділенні Всесоюзної торгово-промислової палати. На початку 1990-х років – відповідно до рішення Президії республіканської Палати Бюро реорганізовано в госпрозрахункову ТПП УРСР фірму під назвою «Хмельницькзовнішсервіс» згідно Указу Президента України № 357/94 «Про Торгово-промислову палату України», який було підписано 4 липня 1994 р. Через рік, а саме у квітні 1995 року, згідно з указом, на базі фірми

«Хмельницькзовнішсервіс» була створена Хмельницька торгово-промислова палата.

Діяльність ХТПП регулюється «Законом про Торгово-промислову палату України» та «Статутом», прийнятим Верховною Радою України 2 грудня 1997 року.

Для клієнтської зручності, ХТПП відкрила три представництва в Хмельницькій області, а саме у: Кам'янці-Подільському, Славуті та Полонному.

Сьогодні ХТПП лата є важливою частиною інтеграції області у світову економіку. Авторитетність ХТПП та вагомі професійні навички працівників цінуються як в Хмельницькій області, так і зарубіжними діловими колами.

Основні послуги, які надає ХТПП:

- підтвердження походження українських товарів;
- видача сертифіката походження товару;
- митне декларування для зовнішньоекономічної діяльності;
- експертний аналіз;
- контроль кількості та якості товару;
- нанесення штрих-кодів;
- переклад мов;
- реєстрація торгових марок;
- допомога та навчання в державних закупівлях;
- організація виставок та ярмарків;
- третейський суд тощо.

Торгово-промислова палата надає довідкову, ділову та правову інформацію для вітчизняних та іноземних підприємців, організовує семінари, конференції і виставки в області та за її межами.

З метою ефективного сприяння роботі підприємств регіону та здійснення важливих кроків для інтеграції у світове економічне співтовариство ХТПП активно співпрацює з адміністрацією, урядом,

торговими організаціями, посольствами, організаціями регіону, підприємницькими спілками та інформаційними центрами багатьох країн.

Хмельницька ТПП підписала угоди про співпрацю з регіональними торгово-промисловими палатами іноземних країн для отримання ділової інформації про іноземну підприємницьку діяльність, обміну діловими пропозиціями та розширення зовнішньоекономічних зв'язків [31].

ХТПП є постійним учасником багатьох благодійних програм та заходів, зокрема, Хмельницька ТПП, – підтримує діяльність Благодійних фондів (рисунок 2.8).



Рисунок 2.8 – Подяка ХТПП від всеукраїнського дитячого благодійного фонду «Щедрику-Ведрику»

Джерело: складено автором на основі [33]

В теперішні часи кризи, пов'язаної із пандемією та іншими негараздами, країна все більше потребує волонтерів та організацій, які вселяють надію дітей-сиріт та дітей з обмеженими можливостями на краще

їхнє майбутнє, що також має позитивний вплив на імідж Української ТПП в цілому.

Для спрощення митного оформлення тимчасово вивезених товарів та видачі книжок АТА, як свідчать відгуки, отримані ХТПП, одна із організацій скористалася послугами Хмельницької ТПП (Додаток Д).

Хмельницька ТПП пропонує користуватися послугою «Розвиток логотипу» (торгові марки, товарні знаки) та зареєструвати права інтелектуальної власності. Кваліфіковані робітники Хмельницької ТПП систематично шукають особливий підхід відповідно до побажань кожного клієнта. Для членів-учасників ХТПП на її послуги діє система знижок [34].

Департамент зовнішньоекономічних зв'язків Хмельницької ТПП надає таку цінову інформацію:

- інформація про рівень цін на товари та послуги в Україні, світовому ринку та ринках окремих країн;
- інформація про роздрібні ціни на споживчі товари;
- інформація про вартість товарів у країні-виробнику, що використовуються для підписання зовнішньоекономічних контрактів;
- інформація про орієнтовні рівні цін;
- інформація про світові та українські ринкові ціни на найменування товарів;
- подання до митного органу прайс-листів та калькуляційну довідку українського виробника-експортера;
- проведення маркетингових досліджень на замовлення, щоб звести до мінімуму ризику при прийнятті ключових рішень, таких як: статистична обробка та комплексний аналіз даних, цілеспрямований збір інформації, тощо. Результатом маркетингового дослідження є найбільш детальна інформація про інтерес клієнта, яка допоможе йому зробити вибір і успішно реалізувати план [35].

Фінансовий стан Хмельницької ТПП за 2019 – 2020 рр. характеризують такі показники (таблиця 2.1):

Таблиця 2.1 – Показники діяльності ХТПП за 2020 рік

Назва	Характеристика
Дохід, тис. грн	6 184,2
Чистий прибуток, тис. грн	449
Активи, тис. грн	3 264
Зобов'язання, тис. грн	0

Джерело: складено автором за [32]

У таблиці 2.1 відображено дохід, чистий прибуток, активи та зобов'язання ХТПП за звітний період. З даних показників можна звернути увагу, що організація на кінець 2020 року не має жодних зобов'язань, так і відповідно немає статті витрат у графі пасиву.

20 лютого 2019 року в рамках Європейського дня промисловості Хмельницька ТПП за сприяння координатора Дня промисловості України ЄС та за участю керівників обласних державних адміністративних управлінь організувала Хмельницький регіональний захід. Представник Ради та Департаменту промислової політики Мінекономрозвитку взяли активну участь разом із представниками компаній, місцевої влади, науковців та експертів з регіону.

У жовтні 2019 року за підтримки Хмельницької ТПП для учнів 8-11 класів середніх шкіл було проведено обласний захід з профорієнтації «Країна професійного вибору».

У листопаді 2019 року за допомогою Хмельницької ТПП і за представництва обласної і місцевої влади та місцевого самоврядування в Україні відбувся регіональний захід в рамках другого Українського тижня промисловості.

29 листопада 2019 року Кам'янець-Подільська міська рада провела зустріч представників бізнесу з офіційним послом бренду «IMTD» (США), який представив нову міжнародну грантову програму «Оздоровлення економіки України».

У грудні 2019 року Хмельницька ТПП за сприяння Української ділової ради та Співки підприємців України провела круглий стіл, присвячений концепції розвитку податкового законодавства та доктрині економічної безпеки України. Участь у засіданні взяли представники органів місцевої влади, головних управлінь держподаткової служби в області, підприємці, керівники громадських формувань та інші.

У січні 2020 року Торгово-промислова палата України та Повноважний Посол України в Китаї провели робочу зустріч Хмельницької міської ради. На зустрічі було обговорено можливості майбутнього розвитку та налагодження співпраці підприємців обидвох країн, надання консалтингових послуг та практичної підтримки Посольством України в КНР [36].

Відгуки про Хмельницьку торгово-промислову палату є також вагомим критерієм щодо розуміння ставлення бізнес-спільноти до ХТПП. Середня оцінка ХТПП у пошуковому сервісі Google становить 4,7 бали за 5-ти бальною системою, оцінку отримано за 21 відгуком (рисунок 2.9).

Звичайно, що 21 відгук – не велика вибірка, але 4,7 із 5-ти можливих балів є доволі високим результатом. Окрім того, потрібно відсортувати оцінки користувачів за певними фільтрами, наприклад, якщо вибрати фільтр «за збільшенням рейтингу», можна побачити, що перші 2 відгуки містять в собі найнижчі оцінки, а саме 3 із 5 балів, здебільшого це користувачі, які мали змогу відвідати Хмельницьку торгово-промислову палату і у яких склалося неоднозначне враження щодо діяльності даної організації в цілому. Наприклад, як можна побачити з рисунку 2.9, користувач сайту та місцевий експерт Микола Параска аргументує свою оцінку, тим, що так і не зрозумів для чого ХТПП існує і взагалі навіщо вона потрібна.

## Хмельницька Торгово-промислова Палата

вулиця Подільська, 109, Хмельницький

 Написати відгук

4,7  21 відгук 

Упорядкувати

за релевантністю

за датою

за зменшенням рейтингу

за збільшенням рейтингу



**Микола Параска**

Місцевий експерт · 334 відгуків · 1 122 фото

 рік тому

(Перекладено Google) Так і не зрозумів, навіщо вона...

(Оригінал) ... [Ще](#)

 Подобається



**ЧЕСЛАВ СОКОЛОВСЬКИЙ**

Місцевий експерт · 430 відгуків · 1 660 фото

 4 роки тому

(Перекладено Google) Чомусь не дуже дієвий орган. Сам у собі.

(Оригінал) ... [Ще](#)

 Подобається

Рисунок 2.9 – Оцінка діяльності ХТПП користувачами мережі Інтернет

Джерело: [37]

Наступний місцевий експерт Чеслав Соколовський, який також оцінив діяльність ХТПП на «3» бали, констатує, що ТПП: «Чомусь не дуже дієвий орган. Сам в собі», – судячи з його слів палата не повною мірою задовольнила певні очікування та плани даного користувача.

Далі йдуть три відгуки з оцінками 4 бали з 5 без коментарів. І переважна більшість відгуків з оцінками 5 із 5 зірок з коментарями на кшталт: «Чудово», «Сподобалося», «Цікаво» тощо (рисунок 2.10).

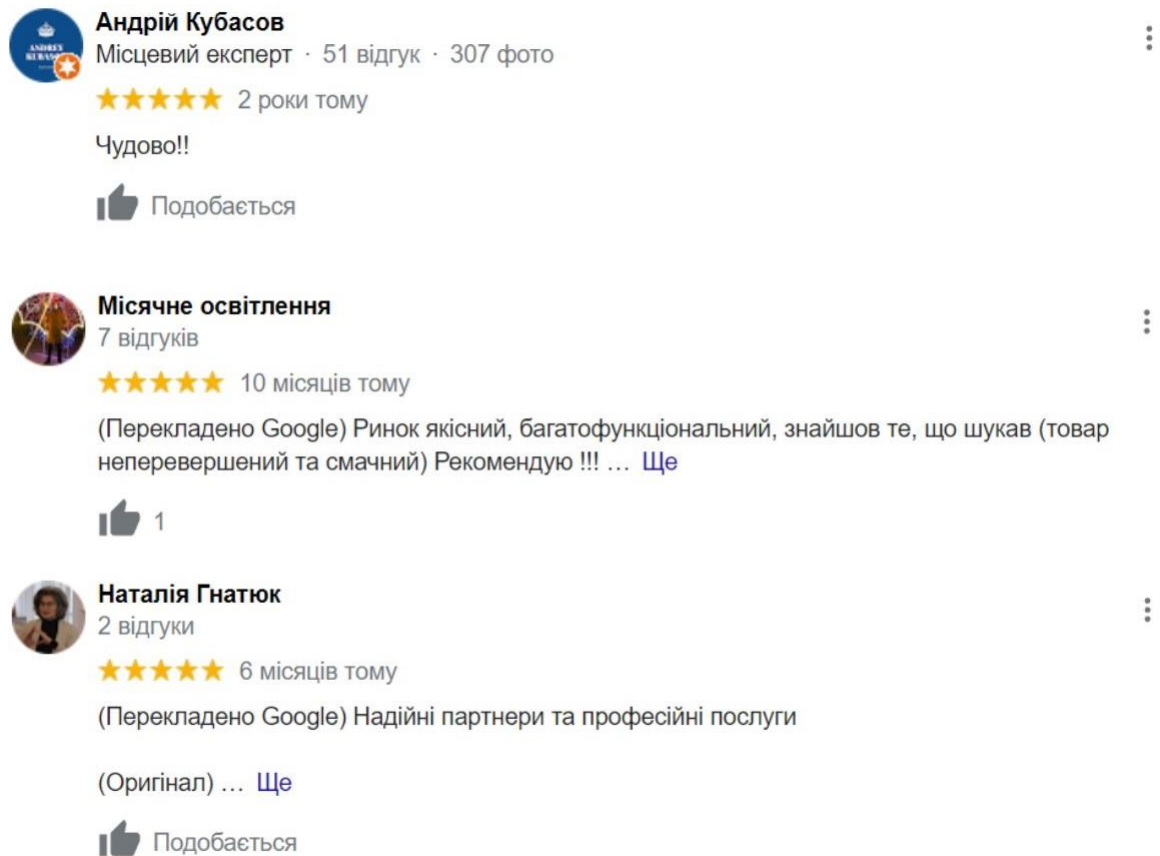


Рисунок 2.10 – Позитивна оцінка діяльності ХТПП користувачами мережі  
Інтернет

Джерело: [37]

В позитивних відгуках, які оцінені на 5 із 5 балів, деякі користувачі також вказують, що саме їм сподобалось у діяльності Хмельницької ТПП. До прикладу, користувач «Місячне освітлення» описує свій позитивний досвід вочевидь на проведену ХТПП певного ярмарку чи виставки продовольчих товарів. Він вказує на те, що пропозиція якісна, багатофункціональна, і він знайшов те, що шукав (товар неперевершений та смачний), і всім рекомендує відвідати даний захід. Наталія Гнатюк запевняє, що в ХТПП надають професійні послуги та вона є надійним партнером.

Отримані останнім часом оцінки є відмінними, тобто 5 із 5 балів, що свідчить про позитивні темпи нагромадження позитивних відгуків до діяльності Хмельницької ТПП.

Таким чином, ХТПП має високу оцінку з боку користувачів мережі Інтернет, які так чи інакше взаємодіяли із палатою, це також безпосередньо зумовлено благодійною діяльністю, організацією різних виставок та ярмарків, що традиційно проводяться у місті Хмельницькому наприкінці вересня – на початку жовтня (щодо сільськогосподарської продукції) та передноворічний різдвяний ярмарок, який проводиться з початку грудня.

Впродовж 2019 – 2020 років Хмельницька торгово-промислова палата, брала активну участь у різноманітних як місцевих, так і міжрегіональних та міжнародних заходах.

І загалом, діяльність ХТПП підтверджує сформований позитивний імідж у населення Хмельницької області, завдяки проведенню різноманітних заходів, залученню нових членів до співпраці та розвитку міжрегіональних та міждержавних зв'язків.

### 2.3 Маркетингові дослідження діяльності Хмельницької торгово-промислової палати

В рамках проходження переддипломної практики були проведені маркетингові дослідження щодо виявлення ставлення підприємців (далі респондентів) до діяльності Хмельницької ТПП. В межах дослідження респондентам ставилося 10 запитань, які ґрунтовно та змістовно дозволили дослідити погляди і власний досвід респондентів.

Проаналізуємо відповіді, надані підприємцями, що співпрацюють з ХТПП.

Згідно відповідей на перше запитання (рисунок 2.11) з'ясовано, що більшість респондентів (50 %) працюють у сфері торгівлі; 33,3 % – є товаровиробниками; у рівних частинах в опитуванні взяли участь представники юридичної сфери та посередницьких послуг (по 8,3 %).

1. Вкажіть, будь-ласка, в якій галузі працює Ваше підприємство:

12 відповідей

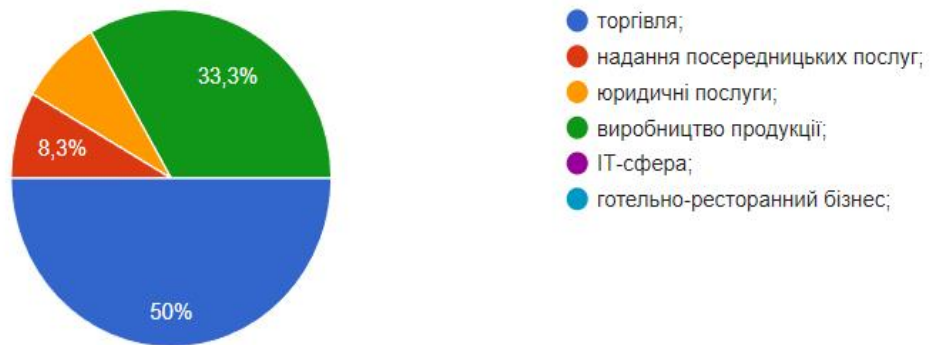


Рисунок 2.11 – Сфера діяльності респондентів

Джерело: складено на основі власних досліджень

Розподіл респондентів за розміром бізнесу засвідчив наступне (рисунок 2.12): 75 % респондентів відповіли, що є представниками мікробізнесу (чисельність працюючих не перевищує 10 осіб), 16,7 % – є представниками малого підприємництва і лише 8,3 % є представниками великого бізнесу, тобто такого, на підприємствах, якого працює понад 250 осіб.

2. Вкажіть, будь-ласка, розмір Вашого підприємства:

12 відповідей

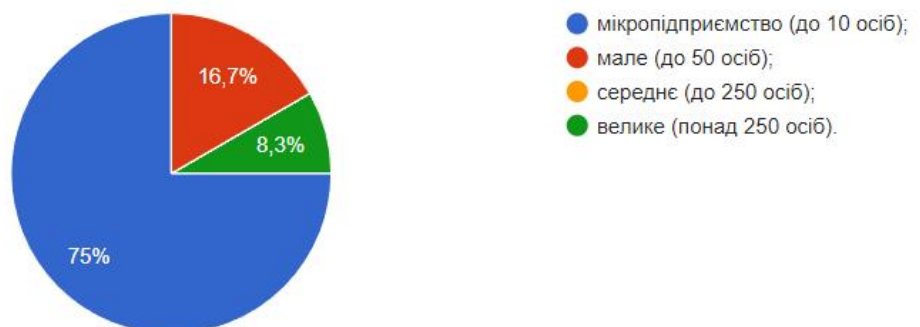


Рисунок 2.12 – Розподіл респондентів за розміром бізнесу

Джерело: складено на основі власних досліджень

Більша частка респондентів, що взаємодіє із Торгово-промисловою палатою є представниками малого бізнесу, що цілком відповідає загальному розподілу по Україні, де на частку таких підприємств припадає 85%.

Розподіл респондентів за товарною орієнтованістю подано на рисунку 2.13.

3.Вкажіть, будь-ласка, вид продукції чи послуги, яку виробляє Ваше підприємство?:

12 відповідей

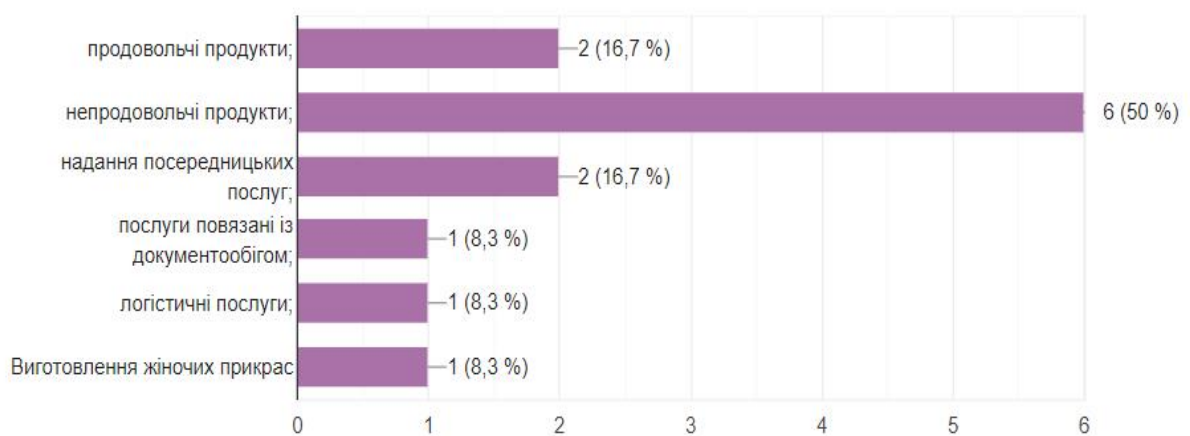


Рисунок 2.13 – Розподіл респондентів за товарною орієнтованістю

Джерело: складено на основі власних досліджень

Більшість респондентів (50 %) займаються як виробництвом так і продажем непродовольчих товарів, Однаково розподілилися частки (по 16,7 %) респондентів, що виробляють продовольчі продукти, і надають посередницькі послуги, також у рівних частинах (по 8,3 %) маємо представництво респондентів щодо надання послуг, пов'язаних із документообігом, логістичних послуг та виготовлення жіночих прикрас.

Розподіл респондентів за формою власності бізнесу (рисунок 2.14) дав такі результати: більшість респондентів є фізичними особами підприємцями (83,3 %), у рівних частинах (по 8,3 %) представлені товариства з обмеженою відповідальністю та недержавні неприбуткові самоврядні організації.

4. Вкажіть, будь-ласка, вашу форму власності:

12 відповідей



Рисунок 2.14 – Розподіл респондентів за формою власності бізнесу

Джерело: складено на основі власних досліджень

Розподіл респондентів за посадами, які вони обіймають (рисунок 2.15), засвідчив таке: більшість опитаних (58,3 %) є директорами підприємств або власниками бізнесу; 16,7 % – є комерційними агентами; по 8,3 % мають провідні спеціалісти, приватні підприємці, фахівці з митного оформлення вантажів.

5. Вкажіть, будь-ласка, вашу посаду:

12 відповідей

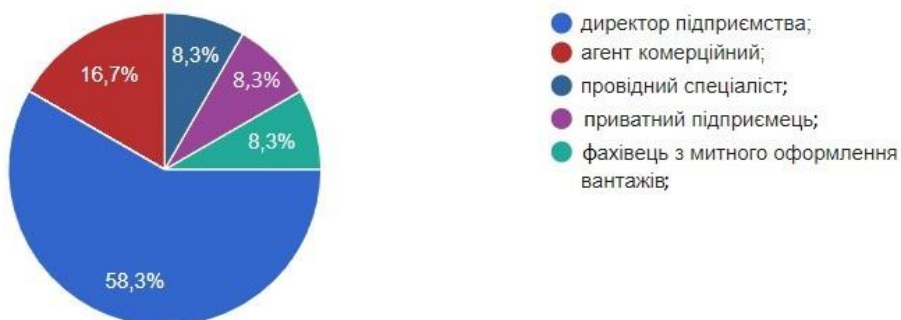


Рисунок 2.15 – Розподіл респондентів за посадами, які вони обіймають

Джерело: складено на основі власних досліджень

Стосовно того, чи користувалися респонденти послугами ХТПП, маємо такі відповіді (рисунок 2.16).

6. Вкажіть, будь-ласка, чи користувалося ваше підприємство послугами Торгово-промислової палати?:

12 відповідей

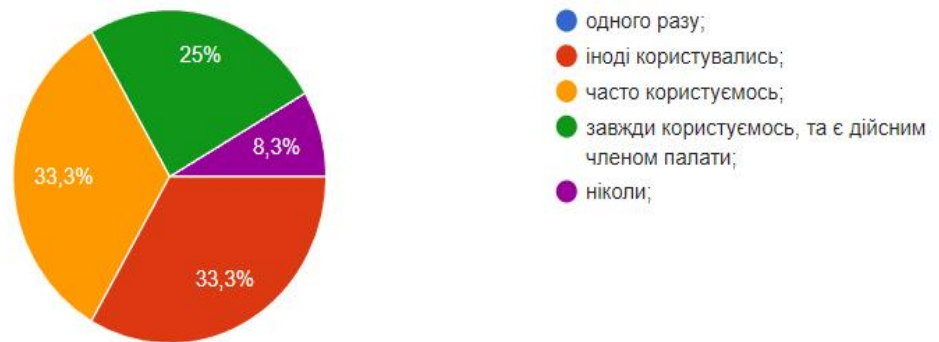


Рисунок 2.16 – Розподіл респондентів за частотою звернення до ХТПП

Джерело: складено на основі власних досліджень

У рівних частинах відбувся розподіл респондентів, які «іноді користувались» і «часто користувалися» послугами ХТПП (по 33,3 %), 25 % опитаних відповіли, що є постійними споживачами послуг ХТПП і членами-учасниками. Серед опитаних лише одна особа ніколи раніше не користувалась послугами Торгово-промислової палати. Такий розподіл свідчить, що Торгово-промислова палата користується високою популярністю серед підприємців.

Відповіді на сьоме питання мали роз'яснити, які саме послуги ХТПП користуються найбільшою популярністю у підприємців, а саме:

- юридичні послуги організації;
- послуги зовнішньо-економічної діяльності;
- укладання «Карнету АТА»;
- патентно-ліцензійні послуги;
- перекладацькі послуги.

Також до анкети включено варіант відповіді «діяльність фірми не пересікається» зі сферою ХТПП, а також окремо зазначені заходи, які могли б викликати зацікавленість підприємців: «Виставки», «Ярмарково-виставкова діяльність» та «Інформаційні послуги» (рисунок 2.17).

7. Вкажіть, будь-ласка, які послуги Торгово-промислової палати є для вас актуальними?:

12 відповідей

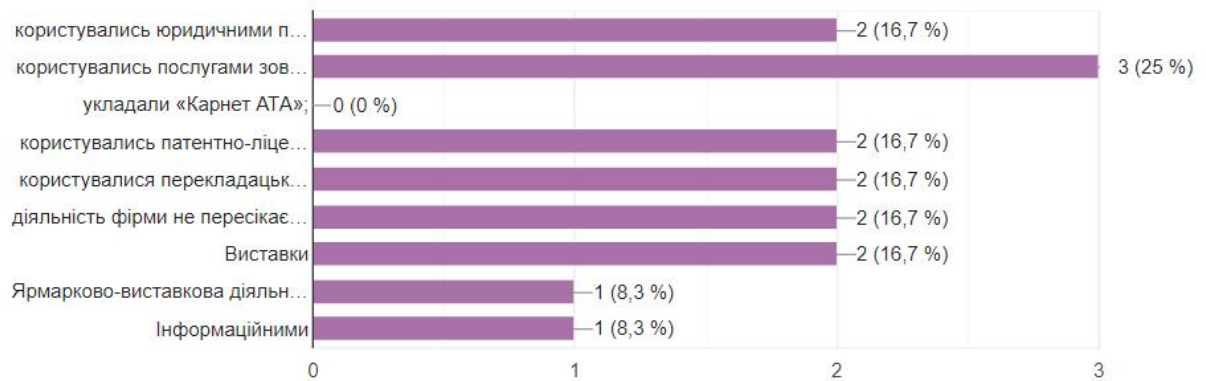


Рисунок 2.16 – Розподіл респондентів за отриманими від ХТПП послугами

Джерело: складено на основі власних досліджень

Респондентів, які укладали «Карнет АТА» серед респондентів не виявлено. Таким чином, можна сказати, що ця послуга є найменш актуальною для підприємців Хмельниччини. Щодо інших зазначених послуг та видів діяльності ХТПП, маємо приблизно однакову їх затребуваність.

Важливо, що всі респонденти високо оцінили діяльність ХТПП, поставивши 5 балів за загальне враження, яке справляє Торгово-промислова палата. Така оцінка відповідає, отриманій за відгуками користувачів мережі Інтернет.

Цікавим є те, що всі респонденти ознайомлені із діяльністю Хмельницької ТПП і не потребують додаткової інформації (рисунок 2.18).

В останньому питанні з'ясувалося бажання респондентів поділитися інформацією про діяльність і свій позитивний досвід співпраці з ХТПП, зокрема, чи готові вони порадити своєму оточенню звертатися до послуг Торгово-промислової палати (рисунок 2.19).

9. Вкажіть, будь-ласка, чи хотіли б ви і ваше підприємство дізнатися більше про діяльність Торгово-промислової палати?:

12 відповідей

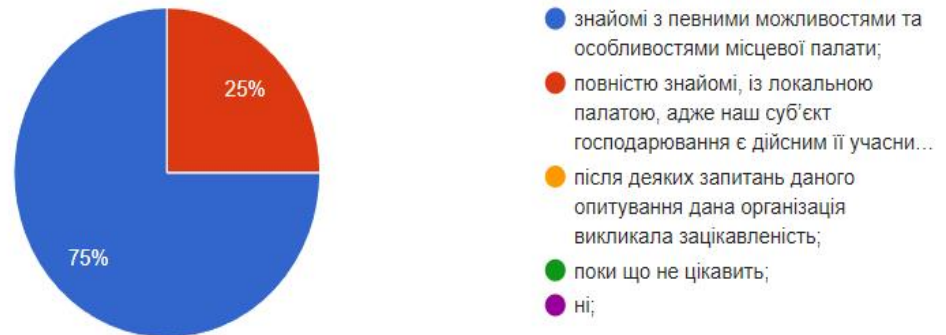


Рисунок 2.18 – Розподіл респондентів за ступенем ознайомлення з діяльністю ХТПП

Джерело: складено на основі власних досліджень

10. Вкажіть, будь-ласка, чи порадите ви своїм колегам, партнерам, або ж можливим співвласникам послуги Торгово-промислової палати?:

12 відповідей

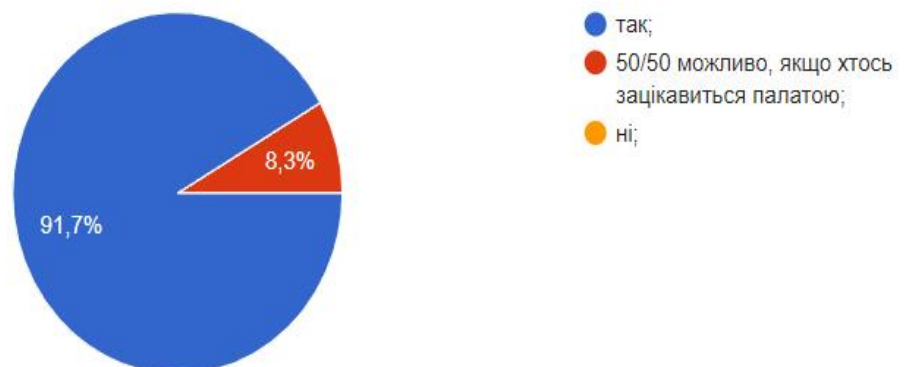


Рисунок 2.19 – Розподіл респондентів щодо готовності ділитися позитивною інформацією про ХТПП

Джерело: складено на основі власних досліджень

Більша частина, а саме 91,7 % респондентів готові порадити послуги Торгово-промислової палати своїм колегам, партнерам або ж можливим

співвласникам підприємств, і лише 8,3 % – не мають однозначної відповіді на це питання, тому можливо порадять, якщо хтось із близького оточення зацікавиться певною підтримкою бізнесу. Важливо, що жодний респондент не надав негативної відповіді.

### Висновки до другого розділу

За результатами проведених у другому розділі досліджень практичних аспектів діяльності Торгово-промислової палати України, Хмельницької Торгово-промислової палати та результатами маркетингових досліджень, можна виокремити наступні висновки:

- членство ТПП України з кожним роком зростає як мінімум на 4 %, і загалом спостерігається тенденція залучення нових членів по окремо взятих областях, таким чином, посилюється взаємодія палати із бізнесом;
- розглянуто галузі в яких найбільше членів-учасників та де їх кількість найменша, що дозволило прийти до висновку співвідношення великого, середнього та малого бізнесу;
- ознайомлено із стратегією розвитку, яку схвалено палатою, за напрямками якої організація працюватиме найближчі 5 років;
- проаналізовано кількість проведених заходів палатою за 2020 рік і як висновок палата проводить активну участь у різних заходах з метою покращення зв'язків із бізнесом, підвищенням кваліфікації, поширення вакантних умов та підтримання обізнаності персоналу у ключових напрямках;
- в доповнення до кількості проведених заходів палатою за 2020 рік, також було розглянуто країни із якими було проведено дані заходи з

метою з'ясування найбільш активних країн-учасниць підтримки та розвитку економічних зв'язків;

- визначено діяльність Хмельницької торгово-промислової палати, її структуру, засновників, керівництво, місце розташування, код ідентифікації, історичну довідку та послуги які надає саме Хмельницька торгово-промислова палата. Палата також є учасником благодійних фондів;

- фінансовий стан палати є притаманним власне даним організаціям, що підтверджує факт того, що в графі зобов'язань на кінець звітного року немає суми коштів;

- приведено дані проведених заходів ХТПП як на локальному, так і на національному та міжнародному рівнях;

- складено висновок на основі відгуків та оцінок користувачів інтернет мережі які, так чи інакше взаємодіяли із Хмельницькою торгово-промисловою палатою;

- проаналізовано думки респондентів щодо діяльності Торгово-промислової палати, які було отримано шляхом складання запитань автором у додатку «Google Forms» пошукової мережі інтернет та розповсюджено для опитування серед цільової аудиторії підприємців.

Таким чином, визначено, що шлях ТПП України – подальша інтеграція України в європейські регіональні ринки. 2020 рік став також роком активної підготовки змін до Угоди про Асоціацію Україна-ЄС, яка мала бути підписаною в 2021 р. ТПП України максимально підтримує процес формулювання позиції України щодо змін в угоду з ЄС. Саме Торгово-промислова палата консолідує думку бізнесу. Діяльність ТПП України і надалі охоплюватиме 3 основні напрями: збільшення інвестицій, сприяння експорту та всеосяжну підтримку МСБ.

### 3 Шляхи покращення діяльності Хмельницької торгово-промислової палати

#### 3.1 Оптимізування роботи Хмельницької ТПП щодо стимулювання бізнесу

Варто зазначити, що підвищення ефективності діяльності українських торгово-промислових палат можна шляхом вивчення зарубіжного досвіду та виокремлення тих видів діяльності, які можна впровадити у роботу ТПП, які можуть бути використаними в українських умовах, насамперед для розвитку малої комерції.

Статистичні дані більшості розвинених країн показують, що від 50 % до 80 % надходжень їх національних бюджетів припадає на малий бізнес (в країнах Європейського Союзу в середньому до 70 %, в Японії – близько 61 % і 40 % у Сполучених Штатах Америки).

Частка малого бізнесу в економічному та комерційному секторі продовжує зростати, відтворюючи тенденцію децентралізації та експансії як найбільш актуальної потреби людини в її креативній самореалізації. Цей факт доводить, що в секторі малого бізнесу в сучасній світовій економіці зайнято 60-75 % працездатного населення, а кількість малих та середніх підприємств сягає понад 80 % від загальної кількості підприємств [38, с 6].

Динаміка кількості та частки малого бізнесу у загальному обсязі кількості суб'єктів господарювання в Україні за період 2015-2020 роки зображено на рисунку 3.1.

Згідно інформації, розміщеної на рисунку 3.1, у 2016 році спостерігався незначний спад кількості малих підприємств, спричинений демографічним зменшенням населення країни згідно статистики [41].

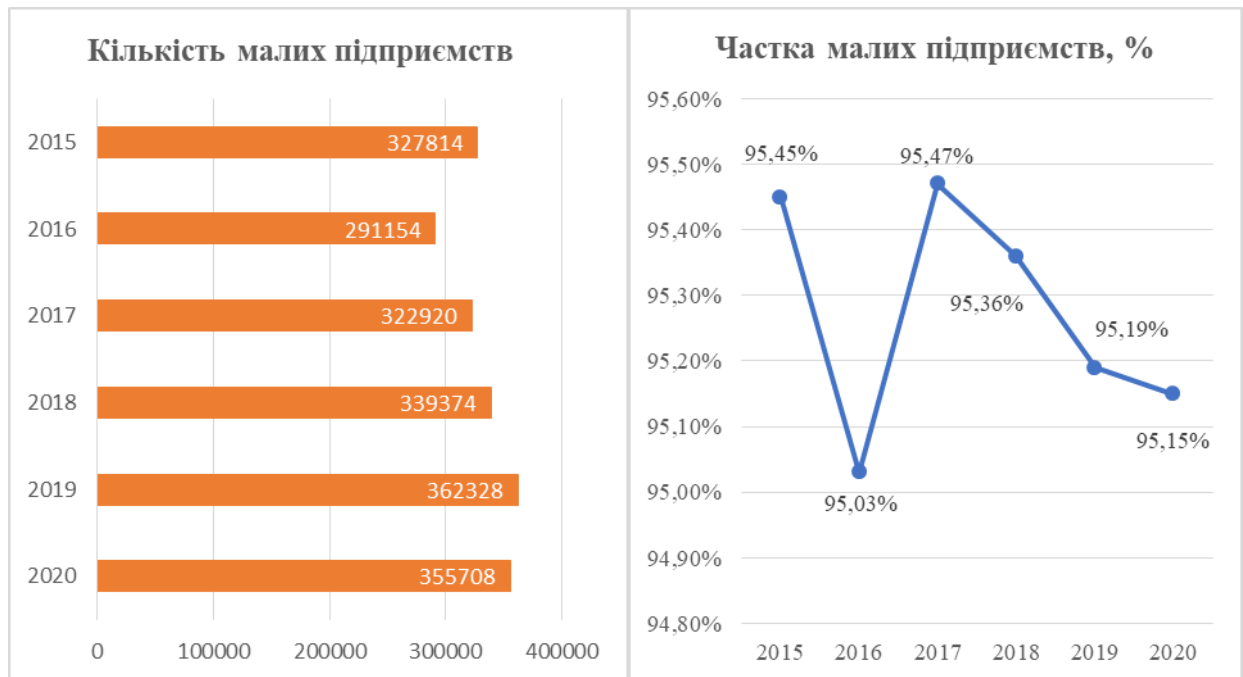


Рисунок 3.1 – Динаміка кількості та частка малого бізнесу від загального обсягу кількості суб'єктів господарювання в Україні за період 2015-2020 рр.

Джерело: складено автором на основі даних [39]

Але з 2017 по 2019 рр. кількість малих підприємств знову стабілізувалися до рівня 2015 року.

За зрозумілими причинами 2020 рік почався із спалаху пандемії, яка триває до сьогодні, при цьому бізнес поніс найгірші наслідки адаптації в подальшій роботі у багатьох сферах, особливо малого та середнього підприємництва, що й показує крива графіку.

Захист інтересів малого підприємництва усіма можливими способами, в різних Торгово-промислових палатах багатьох країн світу є необхідною умовою. Особливо ця тенденція простежується в Японії, Сполучених Штатах та Західній Європі. У випадку Сполучених Штатів Америки, де Торгово-промислові палати беруть участь у подібних заходах переважно тому, що малий бізнес є стабілізуючою основою їх економіки, а локальні торговельні

палати, в основному, організації які об'єднують саме мале підприємництво. Тому всі численні торгово-промислові палати залучають малий бізнес.

Цікавим також є досвід Японської Торгово-промислової палати з підтримки малого бізнесу. У 1998 р. через фінансову кризу влада Японії прийняла низку довгострокових стратегічних рішень щодо покращення конкурентоспроможності та стабільності державної економіки в умовах все більш глобалізованих ринкових відносин. Технологічні досягнення в різних сферах реальної економіки кожен день змінюються, а темпи перебудови промисловості на національному та регіональному рівнях прискорюються. В основному це пов'язано з вимушеним продажем великої кількості акцій іншим компаніям через публічні аукціони, а також виділенням дочірніх виробничих та ризикованих малих і середніх підприємств, що відокремлює підприємства високої потужності та компанії.

За ініціативою Французької торгово-промислової палати розроблено план «Французьке підприємництво», який є дуже цікавим з погляду адаптації до сучасних українських реалій. Якщо проект відповідає вимогам, автор отримує паспорт «програми» і має право безкоштовно перевіряти та допомагати в оформленні документів для отримання банківських гарантій.

Малий бізнес у Німеччині є одним з найактивніших у секторі економіки. Уряди всіх рівнів надають фінансову та технічну підтримку малому бізнесу. Як і в багатьох розвинених країнах, план розвитку малого бізнесу Німеччини надає пріоритетну підтримку, особливо для наукомістких галузей. Пільгові кредити для малого бізнесу, що фінансуються державним коштом включають такі напрями:

- кредитування малого і середнього підприємництва, орієнтованого на інновації;
- кредитування проектів, спрямованих на охорону та покращення сприятливих екологічних умов, пов'язаних із збереженням навколишнього середовища;

- кредитування малого бізнесу, для розвитку економіки менш розвинених областей Німеччини;
- кредитування компаній, що займаються будівництвом житла і вирішенням питань та проблем, пов'язаних із житлом;
- проектне фінансування компаній в певних сферах діяльності, які найбільше потребують повної модернізації виробництва тощо.

Основними планами розвитку німецького малого та середнього бізнесу є:

- програма «Концепції розвитку науково-технічної політики щодо малого та середнього підприємництва»;
- програма «Стимулювання заощадження для відкриття власного бізнесу».

Перша програма передбачає фінансування німецьких малих компаній, а друга програма допомагає відкривати власний бізнес, так званий «стартап». Кредитний комітет з відновлення, що виконує обов'язки безпосередньо федерального уряду – має на меті стежити за виконанням вищезгаданої програми та забезпечити можливість його здійснення. У питаннях виконання федеральних програм, підприємства забезпечують кредитами на пільгових умовах. Ці кондиції містять низькі процентні ставки від 5 до 8 %, а також довготривалі строки кредитування від 5 до 15 років.

Мале підприємництво в Німеччині зокрема має свої особливості та історію розвитку. Особливо в часи впровадження капіталізму, із зародженням найперших великих підприємств, раціональним рішенням було почати створювати торгово-промислові палати, саме таких організацій, які б сприяли співробітництву у виробництві та розвитку торгівлі [40, с.85].

На рисунку 3.2 автором запропоновано визначення основних напрямів діяльності Торгово-промислової палати, які будуть сприяти підтримці малого підприємництва та стимулювати інновації.



Рисунок 3.2 – Основні напрями діяльності Української торгово-промислової палати враховуючи іноземний досвід

Джерело: складено на основі власних досліджень

Таким чином, необхідно впроваджувати зазначені методи оптимізації роботи торгово-промислових палат, для подальшого розвитку з метою покращення діяльності українських підприємств та всієї національної економіки.

### 3.2 Вдосконалення зв'язків з громадськістю Хмельницької торгово-промислової палати

Велика кількість фізичних осіб підприємців та інших малих підприємств досі не знайомі із такою некомерційною організацією, як Торгово-промислова палата, це перш за все пов'язано із тим, що дана організація користується визнанням та популярністю серед вузьких кіл підприємництва та промисловості, хоча тенденції на поширення інформації про Торгово-промислову палату згідно електронного опитування є втішними, адже 92 % опитаних респондентів готові поділитися позитивною інформацією зі своїми колегами та друзями.

Поряд із тим, кількість відгуків про Хмельницьку торгово-промислову палату в пошуковій системі google.com, є незначною, а саме: лише 21 користувач мережі Інтернет на 2021 рік (рисунок 3.3).

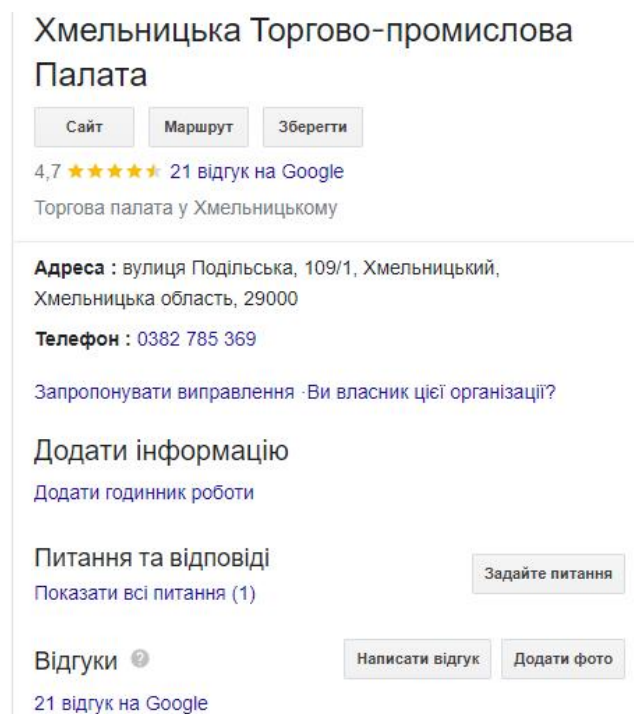


Рисунок 3.3 – Акумуляовані відгуки про Хмельницьку торгово-промислову палату

Джерело: [37]

Для порівняння у Львівській торгово-промисловій палаті на 100 відгуків більше і в загальній кількості становлять 121 відгук на тому ж сайті google.com, що зображено на рисунку 3.4.

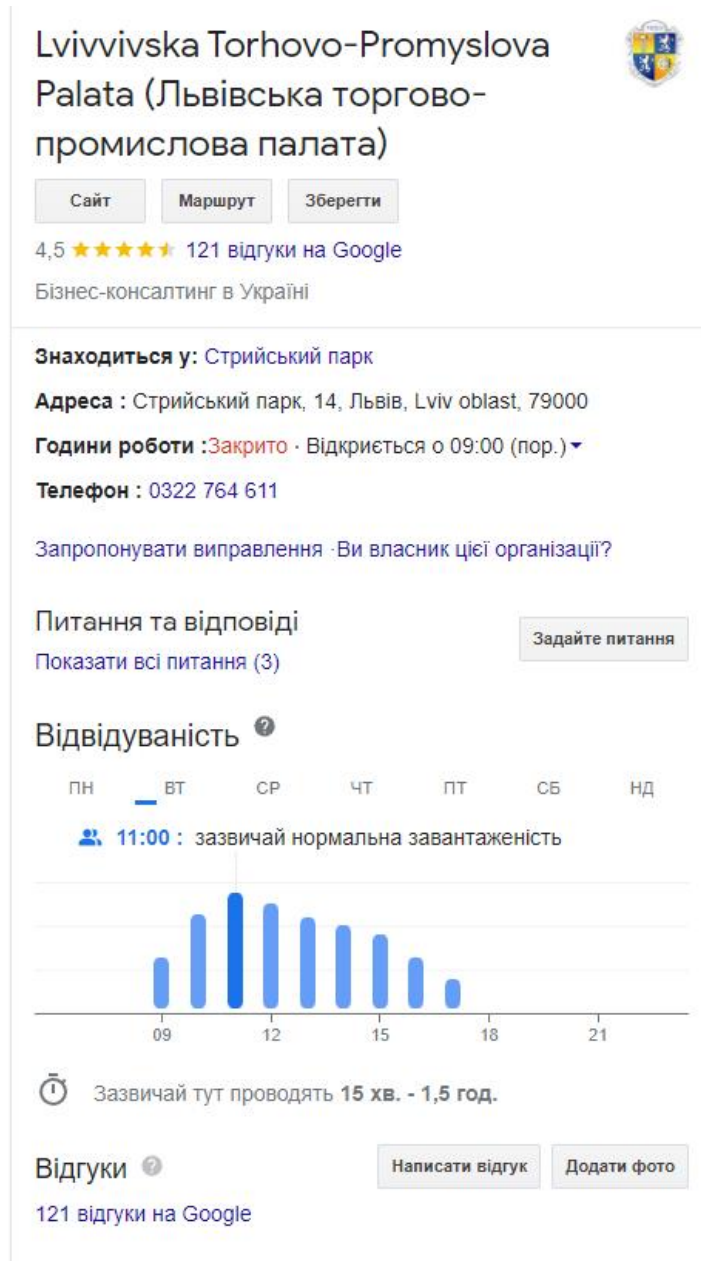


Рисунок 3.4 – Акумуляовані відгуки про Львівську торгово-промислову палату

Джерело: [37]

Тому керівництву Хмельницької торгово-промислової палати, необхідно залучати певні маркетингові інструменти просування, тим більше, що в стратегії розвитку на найближчих 5 років, затверджено аспект «Пізнаваність бренду Палата».

Саме на поширенні інформації, зокрема, в мережі Інтернет можна представити та візуалізувати певний якісний та цікавий контент в соціальних мережах та розпочати створення цікавих відеооглядів, певних «гайдів», також потрібно акцентувати увагу на зменшення розмовних відео, бо вони стомлюють, а більше зосередитися на представлення виробів та продукції у відеоформаті, зокрема проведення цікавих шоу, відеоматеріалів, проведення прямих трансляцій, так званих «стрімів» на відеохостингу «YouTube» та «TikTok».

Щоб зацікавити потенційних членів та бізнес-партнерів необхідно більше знаходитись в «центрі уваги». Для цього потрібно розпочати первинні маркетингові дослідження, зокрема детально розглянути ті категорії людей, які є підприємцями, але жодного разу не чули такого поняття як «Торгово-промислова палата». Необхідно дослідити їх думки, вподобання та зацікавленість Торгово-промисловою палатою.

Після дослідження «ринку підприємців» необхідно запропонувати зацікавленим суб'єктам господарювання ряд послуг які надає Торгово-промислова палата, в даному випадку рекламування є тим самим необхідним важелем впливу на громадськість.

І тоді взаємодія бізнесу із Торгово-промисловою палатою значно поживається. Це зокрема сприятиме збільшенню загальних відгуків Хмельницької Торгово-промислової палати, і навіть перевищить їх кількість по зрівнянню із іншими Торгово-промисловими палатами по всій країні.

У даному випадку застосування таргетингової реклами є найбільш ефективним в сегменті ринку підприємців.

Також не буде зайвим застосування технологій вірусного маркетингу та інфлюенс-маркетингу. Перший може стати ефективним засобом

розповсюдження інформації членами-учасниками ХТПП. А другий – передбачає блогерську підтримку. Причому її також можна знайти серед членів ХТПП або інших осередків ТПП України.

Також вважаємо, що у просування бренду ТПП недостатньо повно застосовується маркетинг подій.

Приведені вище пропозиції підвищать лояльність аудиторії підприємців, що в свою чергу покращить загальну пізнаваність Торгово-промислової палати.

### Висновки до третього розділу

Для покращення розвитку та пізнаваності Торгово-промислових палат України в підприємницькій діяльності надано наступні пропозиції:

1. З метою розвитку Торгово-промислової палати України пропонується зосередитися саме на малому бізнесі, який становить понад 90 % від загальної кількості українських підприємств і даний показник збільшився у 2015 та 2017 роках, і у зв'язку із об'єктивними причинами показник зменшився у 2016 році та загальний тренд на зменшення відслідковується з 2018 року і до сьогодні, що пояснюється впливом світової пандемії. Для цього розглянуто досвід іноземних торгово-промислових палат щодо підтримки малого бізнесу. І визначено ключові напрямки для покращення такої підтримки. Адже умови пандемії також докорінно внесли свої зміни у взаємодії торгово-промислової палати із підприємництвом, більшість процесів контактів та консультацій переведено у цифровий формат, зокрема прискорено розвиток діджиталізації.

2. Пізнаваність та зв'язки з громадськістю є важливими чинниками загальної активності будь-яких організацій в світі, саме тому було запропоновано умови завдяки яким Торгово-промислова палата буде «на

слуху» в потрібної для торгово-промислової палати аудиторії, а саме для – підприємців.

Необхідною умовою в часи пандемії є діджиталізація зокрема перехід від живої форми інтерактивності, тобто офлайн до більш автономної форми інтерактивності онлайн режимом, для цього існує велика кількість інтернет технологій та способів комунікації із своєю аудиторією, як приклад можна навести блогерство, так званих «інфлюенсерів» (з англ. вплив), які постійно взаємодіють із своїми підписниками задля спільних цілей, таким чином, необхідно пристосовуватися Торгово-промисловим палатам до більш поширених і цікавих методів розвитку комунікації зокрема бренду «Палата».

## Висновки

Проведені у роботі дослідження дозволяють зробити акцент на таких висновках.

1. Хоча Торгово-промислова палата є частиною корпоративної структури стимулювання бізнесу, але вона не має прямих важелів впливу, щоб безпосередньо впливати на її розвиток. Торгово-промислові палати надають «стимули», створюючи сприятливі умови для ведення підприємницької діяльності, шляхом демократичних процедур, які впливають на національну політику, а також підтримують інтерес бізнесу.

Торгово-промислова палата України відіграє важливу роль у розвитку підприємництва в Україні, що в свою чергу здійснюється за допомогою об'єднання господарюючих суб'єктів, сприяння діалогу між підприємством членом торгово-промислової палати та урядом, вдосконаленням умов бізнес-зв'язків на регіональному і міждержавному рівнях, надання консультацій та необхідних послуг.

2. Торгово-промислова палата України надає низку послуг підприємству, а саме:

- надання юридичних послуг;
- послуги зовнішньо-економічної діяльності;
- укладання «Карнету АТА»;
- надання патентно-ліцензійних послуг;
- надання перекладацьких послуг;
- надання сертифікатів про походження товарів;
- штрих-кодування.

Усі послуги є невід'ємною частиною українських експортерів у міжнародній торгівлі. Членство української торгово-промислової палати збільшується за рахунок експортоорієнтованих підприємств. Ключовим

аспектом є зосередженість торгово-промислової палати саме на мале підприємництво, адже саме даний розмір підприємства становить 85 % із загального обсягу малих, середніх та великих підприємств. Більшість членів торгово-промислових палат також є власниками малого бізнесу. Саме з малого підприємства власники бізнесу розвивають його до середнього або ж великого підприємства, також послугами малого підприємства кожен споживач користується щодня, що зводиться до таких галузей господарської діяльності як: готельно-ресторанний бізнес, роздрібна та дрібно-роздрібна торгівля як продовольчими так і не продовольчими товарами й, зокрема, послугами, логістичні процеси, індивідуальний продаж, доставки на дім, «дропшиппінг» та інше.

Торгово-промислова палата України також є активним учасником різноманітних економічних форумів, заходів, виставкових центрів, як на місцевому (локальному) так і міжнародному рівнях, що посилює зв'язки та взаємодію із національними та міжнародним партнерством, також торгово-промислова палата допомагає експортно-імпортним українським підприємствам укладати програми стажування для керівних кадрів українських підприємств за межами країни, для обміну досвіду, покращення навичок та знань саме у даній діяльності.

За умов стрімкої соціалізації та діджиталізації, перед підприємництвом та торгово-промисловою палатою постали великі виклики у 2020 році на, що були зосереджені загальні зусилля щодо взаємодії та співпраці бізнесу, влади та торгово-промислової палати, це зумовило започаткування нових практик контактування та надання інформації один одному, саме тому більшість заходів та зустрічей ділових представників відбувалась шляхом он-лайн заходів.

Такі популярні он-лайн сервіси зв'язку як: Zoom, Microsoft Teams, Skype, Nextiva та інші, були невід'ємною частиною комунікацій та спілкування з аудиторією бізнесу.

П'ятирічна стратегія розвитку Торгово-промислової палати України є цілком різнобічною, яка охоплює всі комплекси розвитку, починаючи від вдосконалення іміджу бренду і закінчуючи порядком денним бізнесу до влади.

Хмельницька торгово-промислова палата, займає ключову позицію у підтримці та допомогі ведення господарської діяльності підприємцям міста Хмельницького. Зокрема організація допомагає у вирішенні форс-мажорних обставин, залучення іноземних експертів для перевірки доцільності та правильності роботи підприємства, проведення аналізу та аналітичних досліджень, впровадження у третейський суд з метою оперативного та зручного вирішення спірних питань та обставин, підтримка міжнародних партнерів. Особливо це стосується Німеччини та її програми «Fit for Partnership with Germany».

Досить актуальним на сьогоднішній день є вихід підприємства на міжнародній рівень, а саме представлення продукції, забезпечення поставками на світовий ринок, залучення нових інвестицій, початок експорту товарів на зовнішні ринки, – усім цим займається Хмельницька торгово-промислова палата. Також Хмельницька торгово-промислова палата є постійним учасником благодійних фондів та проводить необхідну виставкову діяльність з метою поширення та демонстрації зацікавлених суб'єктів господарювання їх пошук, залучення та співпраця.

Відгуки та огляди на Хмельницьку торгово-промислову палату є в основному позитивними та відповідають загальній оцінці п'ять можливих балів із п'яти, щодо нульового членства за 2020 рік керівництво торгово-промислової палати аргументувало це як невідповідність критеріям та взаємпраці кандидатів.

Підтримання зв'язків із підприємництвом і залучення нових членів палати, є необхідною умовою для закріплення і поширення бренду «Торгово-промислова палата», як такого, саме тому надано пропозиції щодо покращення даного аспекту.

## Перелік джерел посилання

1. Закон України від 17.03.2020 «Про торгово-промислові палати в Україні» // Відом. Верхов. Ради України, 1998. – № 13.
2. Про торгово-промислову палату України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ucco.org.ua/about>
3. Апопій В.В. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг / В.В. Апопій: підручник. К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2002. – 458 с.
4. Історична довідка про Торгово-промислову палату України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ucco.org.ua/about/history>
5. Спільна Українсько-Китайська ділова рада – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ucbc.org.ua/zasnovniki>
6. Інвестиційний портал «Про Торгово-промислову палату України» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://invest.ucco.org.ua/ua/about/ucco>
7. Виноградська А. М. Технологія комерційного підприємництва. / А. М. Виноградська – К.: ЦУЛ. – 2006. – 780 с.
8. 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.
9. Гурняк І. Проблематика реформування вітчизняного інституту торговопромислових палат / І. Гурняк // Формування ринкової економіки в Україні: науковий збірник. – Випуск 12. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2003. – с. 73-78.
10. Закон України «Про торгово-промислові палати в Україні» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/Z970671?an=605307>

11. Чижиков Г. Економічні інтереси суб'єктів малого бізнесу в умовах інтеграції економіки України у світове господарство / Г. Чижиков / Економіст. – 2006. – № 3. – 483 с.
12. Виноградська А. М. Технологія комерційного підприємництва. / А.М. Виноградська. – К.: ЦУЛ. – 2006. – 780 с.
13. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: / Навч. посібник / Т. І. Лук'янець. -К: КНЕУ, 2000. – 380 с.
14. Закон України «Про торгово-промислові палати в Україні» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/Z970671?an=1>
15. Місія, бачення та цінності Торгово-промислової палати України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uccr.org.ua/about/mission-vision-and-values>
16. Торгово-промислова палата України // Юридична енциклопедія : [у 6 т.] / ред. кол. Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.]. – К. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2004. – Т. 6 : Т – Я. – 768 с.
17. Криштоф Н. Державні системи та механізми підтримки підприємництва / Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні / Н. Криштоф: 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.
18. Головна сторінка сайту Торгово-промислової палати України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uccr.org.ua/>
19. Про торгово-промислові палати в Україні : Закон України від 2.12.1997р. № 671/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – № 13. – с. 52.
20. Дж. Джастіс. Велика ілюстрована енциклопедія школяра / Дж. Джастіс; Іл. В. Баллен / переклад з англ. / К.: Махаон-Україна, 2006. – 492 с.
21. Господарський кодекс України Верховна Рада України; Кодекс України, Закон, від 16.01.2003 № 436-IV. Редакція від 06.10.2021.

22. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : навч. посібник / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, І. Ю. Сіваченко та ін.; МОН України, Одес. держ. екон. ун-т. – К. : Центр навч. л-ри, 2006. – 791 с.
23. Закон України від 01.08.2021 «Про зовнішньоекономічну діяльність» // Відом. Верхов. Ради УРСР (ВВР), 1991, № 29, ст. 377.
24. Рада з питань зовнішньоекономічної діяльності при Торгово-промисловій палаті України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://ucco.org.ua/advocacy/rada-z-pitan-zovnishnoekonomichnoyi-diialnosti-pri-torgovo-promislovii-palati-ukrayini>
25. Загальна інформація щодо процедури засвідчення документів комерційного характеру Торгово-промислової палати України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ucco.org.ua/zaghal-na-informatsiia-1>
26. Карнет АТА. Загальні відомості – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ata.ucco.org.ua/ua>
27. О. М. Григоров. АТА книжка // Українська дипломатична енциклопедія: У 2-х т. / Редкол. : Л. В. Губерський (голова) та ін. – К: Знання України, 2004. – Т.1 – 760 с.
28. Карнет АТА // Митна енциклопедія : у 2 т. / І. Г. Бережнюк (відп. ред.) та ін. – Хм. : ПП Мельник А. А., 2013. – Т. 1 : А – Л. – 472 с.
29. Система ТПП в Україні у 2020 році – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1TZpC0wXCyTwm-wO-1Jx6YegcUpJj8i5D/view>
30. Брендбук Торгово-промислової палати України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ucco.org.ua/uploads/files/5ab0eb94c994c924804469.pdf>
31. Про Хмельницьку ТПП – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tppua.org/pro-khmelnitsku-torgovu-palatu>
32. Відкрита база даних «Опендатабот» Хмельницької ТПП – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://opendatabot.ua/c/02944774>

33. Розділ Хмельницької торгово-промислової палати «Нам пишуть» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tppua.org/nam-pishut>
34. Розділ Хмельницької торгово-промислової палати «Розробка логотипа» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tppua.org/rozrobka-logotipa>
35. Довідки про рівень цін Хмельницької торгово-промислової палати – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tppua.org/dov%D1%96dki-pro-r%D1%96ven-ts%D1%96n>
36. Інформація про виконання програми розвитку малого і середнього підприємництва Хмельницької області на 2019-2020 роки – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bit.ly/3F1PPO6>
37. Відгуки торгово-промислової палати – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [google.com](https://www.google.com)
38. 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.
39. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
40. 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.
41. Соціально-економічне становище України за 2016 рік. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/soc\\_ek/2016/publ\\_2016\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/soc_ek/2016/publ_2016_u.html)

Доатки

ЗАКОН УКРАЇНИ (витяг)  
Про торгово-промислові палати в Україні

Розділ IV  
ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВА ПАЛАТА УКРАЇНИ

Стаття 14. Діяльність Торгово-промислової палати України

1. Торгово-промислова палата України здійснює свою діяльність відповідно до цього Закону, інших законів, нормативно-правових актів та свого Статуту.

2. Торгово-промислова палата України відповідно до цього Закону та свого Статуту здійснює представницькі функції як в Україні, так і за її межами, об'єднує торгово-промислові палати та координує їх діяльність.

3. Торгово-промислова палата України:

відкриває свої представництва та філії в інших країнах, а також засновує разом із зарубіжними партнерськими організаціями як в Україні, так і за її межами змішані торгово-промислові палати, ділові ради та інші спільні організації;

засвідчує форс-мажорні обставини (обставини непереборної сили), а також торговельні та портові звичаї, прийняті в Україні, за зверненнями суб'єктів господарської діяльності та фізичних осіб;

(абзац третій частини третьої статті 14 у редакції  
Закону України від 02.09.2014 р. N 1669-VII)

засвідчує форс-мажорні обставини відповідно до умов договорів за зверненнями суб'єктів господарської діяльності, що здійснюють будівництво житла (замовників, забудовників);

(частину третю статті 14 доповнено новим абзацом четвертим  
згідно із Законом України від 29.06.2010 р. N 2367-VI,

у зв'язку з цим абзац четвертий вважати абзацом п'ятим)

веде недержавний реєстр українських підприємців за їх згодою, фінансовий стан яких свідчить про їх надійність як партнерів у підприємницькій діяльності в Україні та за її межами. Порядок ведення зазначеного реєстру визначається Торгово-промисловою палатою України.

4. Торгово-промислова палата України має право одержувати в установленому порядку від міністерств, інших центральних органів виконавчої влади інформацію та матеріали, необхідні для виконання покладених на неї завдань.

5. При Торгово-промисловій палаті України діють Міжнародний комерційний арбітражний суд і Морська арбітражна комісія, діяльність яких регулюється законодавством України.

6. Торгово-промислова палата України представляє інтереси своїх членів у Міжнародній торговій палаті, а також в інших міжнародних організаціях з питань підприємницької діяльності.

Стаття 141. Видача сертифікатів щодо форс-мажорних обставин (обставин непереборної сили)

1. Торгово-промислова палата України та уповноважені нею регіональні торгово-промислові палати засвідчують форс-мажорні обставини (обставини непереборної сили) та видають сертифікат про такі обставини протягом семи днів з дня звернення суб'єкта господарської діяльності за собівартістю. Сертифікат про форс-мажорні обставини (обставини непереборної сили) для суб'єктів малого підприємництва видається безкоштовно.

2. Форс-мажорними обставинами (обставинами непереборної сили) є надзвичайні та невідворотні обставини, що об'єктивно унеможливають виконання зобов'язань, передбачених умовами договору (контракту, угоди тощо), обов'язків згідно із законодавчими та іншими нормативними актами, а саме: загроза війни, збройний конфлікт або серйозна погроза такого конфлікту, включаючи але не обмежуючись ворожими атаками, блокадами, військовим ембарго, дії іноземного ворога, загальна військова мобілізація, військові дії,

оголошена та неоголошена війна, дії суспільного ворога, збурення, акти тероризму, диверсії, піратства, безлади, вторгнення, блокада, революція, заколот, повстання, масові заворушення, введення комендантської години, карантину, встановленого Кабінетом Міністрів України, експропріація, примусове вилучення, захоплення підприємств, реквізиція, громадська демонстрація, блокада, страйк, аварія, протиправні дії третіх осіб, пожежа, вибух, тривалі перерви в роботі транспорту, регламентовані умовами відповідних рішень та актами державних органів влади, закриття морських проток, ембарго, заборона (обмеження) експорту/імпорту тощо, а також викликані винятковими погодними умовами і стихійним лихом, а саме: епідемія, сильний шторм, циклон, ураган, торнадо, буревій, повінь, нагромадження снігу, ожеледь, град, заморозки, замерзання моря, проток, портів, перевалів, землетрус, блискавка, пожежа, посуха, просідання і зсув ґрунту, інші стихійні лиха тощо.

(частина друга статті 141 із змінами, внесеними згідно із Законом України від 17.03.2020 р. N 530-IX)

(Закон доповнено статтею 141 згідно із Законом України від 02.09.2014 р. N 1669-VII)

## Кореневі сторінки кожного відривного документа

A.T.A. CARNET		KARNET ATA	
<b>Е В И В Е З Т И Н Н Я</b>	<b>A. HOLDER AND ADDRESS / Власник і адреса</b>	<b>G. FOR ISSUING ASSOCIATION USE / Запо вносить ся асоціацією, що видає документи</b> <b>EXPORTATION VOUCHER No /</b> Документ на вивезення № .....	
	<b>B. REPRESENTED BY* / Ким пред'явлений*</b> Any authorised person.	<b>a) CARNET No.</b> KARNET № <b>UA/01/0126/11</b>	
	<b>C. INTENDED USE OF GOODS / Як передбачається використання товару</b>	<b>b) ISSUED BY / Ким виданий</b> The Ukrainian Chamber of Commerce and Industry	
	<b>D. MEANS OF TRANSPORT* / Транспортний засіб*</b>	<b>c) VALID UNTIL / Дійсний до</b> ..... / ..... / ..... year / month / day (inclusive) рік / місяць / день (включно)	
	<b>E. PACKAGING DETAILS (Number, Kind, Marks etc.)* / Детальний опис упаковки (кількість, вид, маркування тощо)*</b>	<b>FOR CUSTOMS USE ONLY / Запо вносить ся митницею</b> <b>H. CLEARANCE ON EXPORTATION / Митне оформлення під час вивезення</b> <b>a) The goods referred to in the above declaration have been exported / Товари, які є предметом вищезазначеної заяви, вивезені</b> <b>b) Final date for duty-free re-importation / Гранична дата безмитного зворотнього ввезення:</b> ..... / ..... / ..... year / month / day (inclusive) рік / місяць / день (включно)	
	<b>F. TEMPORARY EXPORTATION DECLARATION / Заява про тимчасове вивезення</b>  I, duly authorised: / Я, належним чином на те уповноважений:  <b>a) declare that I am temporarily exporting the goods enumerated in the list overleaf and described in the General List under item No(s) / заявляю, що тимчасово вивожу товари, зазначені у списку на звороті цього документа і у загальному списку товарів під номером(ами)</b> .....  <b>b) undertake to re-import the goods within the period stipulated by the Customs Office or regularize their status in accordance with the laws and regulations of the country/ Customs territory of importation / зобов'язуюсь зворотньо ввезти ці товари у термін, встановлений митним органом, або оформити їхній статус відповідно до законодавства країни/ митної території тимчасового ввезення</b>  <b>c) confirm that the information given is true and complete / засвідчую, що дані, наведені у цьому документі, є справжніми і повними</b>	<b>c) This voucher must be forwarded to the Customs Office at: / Цей відривний талон має бути переданий до митного органу (місце знаходження).*</b> ..... <b>d) Other remarks:* / Інші дані.*</b> .....  At/у ..... Customs Office / Митний орган  Date (year/month/day) / Дата (рік/місяць/день) ..... / ..... / ..... Signature and Stamp / Підпис та печатка  Place / Місце ..... Date (year/month/day) / Дата (рік/місяць/день) ..... / ..... / .....  Name/Прізвище .....	
		<b>Signature of the Holder X / Підпис власника</b> .....	

\* If applicable / Якщо відомо

67328455-250E-42F4-B2D3-2175BFCCFA52

Рисунок Б.1. Жовтий аркуш карнета АТА

A.T.A. CARNET		GENERAL LIST / ЗАГАЛЬНИЙ СПИСОК			КАРНЕТ АТА	
Item No./ № п/п	Trade description of goods and marks and numbers, if any / Назва товарів і, у разі необхідності, марки і номери	Number of pieces / Кількість штук	Weight or volume / Вага або об'єм	Value*/ Вартість*	**Country of origin/ **Країна походження	For Customs Use / Заповнюється митницею
1	2	3	4	5	6	7
TOTAL or CARRIED OVER / Разом або для перенесення на додатковий аркуш						

\* Commercially value in country/ Customs territory of issue and in its currency, unless stated differently /  
Ринкова вартість у країні/митній території видачі та в її валюті, якщо не зазначено інше.

\*\* Show country of origin if different from country/ Customs territory of issue of the Carnet, using ISO codes. /  
Зазначити країну походження, якщо вона не є країною/митною територією видачі Карнета, використовуючи міжнародний код ISO

Рисунок Б.2. Продовження жовтого аркушу карнета АТА

**A.T.A. CARNET No. / Карнет АТА №** **UA / 01 / 0126 / 11**

FOR USE BY CUSTOMS OF COUNTRY / CUSTOMS TERRITORY OF TEMPORARY EXPORTATION  
 ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ МИТНИЦЕЮ КРАЇНИ / МИТНОЇ ТЕРИТОРІЇ ТИМЧАСОВОГО ВИВЕЗЕННЯ

<b>Е X P O R T A T I O N</b>	<b>В И В E З E Н Н Я</b>	1. The goods described in the General List under item No(s). Товари, наведені у загальному списку під номером(ами) .....		have been exported були вивезені
	2. Final date for duty - free re-importation Гранична дата для повторного безмитного ввезення		year / month / day      /      / рік / місяць / день	
3. Other remarks* / Інші дані*				
Counterfoil Коріньок документа на вивезення No. / №				
4. Customs Office Митний орган		5. Place Місце	6. Date (year/month/day) Дата (рік/місяць/день)	
		Signature and Stamp Підпис і печатка		

---

<b>Р E I M P O R T A T I O N</b>	<b>З В O P O T H E В В E З E Н Н Я</b>	1. The goods described in the General List under item No(s). Товари, наведені у загальному списку під номером(ами) .....		of this Carnet have been re-imported* цього Карнета були знову ввезені*
	2. Other remarks* / Інші дані*			
3. Counterfoil Коріньок документа на ввезення No. / №				
4. Customs Office Митний орган		5. Place Місце	6. Date (year/month/day) Дата (рік/місяць/день)	
		Signature and Stamp Підпис і печатка		

---

<b>Е X P O R T A T I O N</b>	<b>В И В E З E Н Н Я</b>	1. The goods described in the General List under item No(s). Товари, наведені у загальному списку під номером(ами) .....		have been exported були вивезені
	2. Final date for duty - free re-importation Гранична дата для повторного безмитного ввезення		year / month / day      /      / рік / місяць / день	
3. Other remarks* / Інші дані*				
Counterfoil Коріньок документа на вивезення No. / №				
4. Customs Office Митний орган		5. Place Місце	6. Date (year/month/day) Дата (рік/місяць/день)	
		Signature and Stamp Підпис і печатка		

---

<b>Р E I M P O R T A T I O N</b>	<b>З В O P O T H E В В E З E Н Н Я</b>	1. The goods described in the General List under item No(s). Товари, наведені у загальному списку під номером(ами) .....		of this Carnet have been re-imported* цього Карнета були знову ввезені*
	2. Other remarks* / Інші дані*			
3. Counterfoil Коріньок документа на ввезення No. / №				
4. Customs Office Митний орган		5. Place Місце	6. Date (year/month/day) Дата (рік/місяць/день)	
		Signature and Stamp Підпис і печатка		

\* If applicable / Якщо необхідно.

DO NOT REMOVE FROM THE CARNET / НЕ ВИЛУЧАТИ З КАРНЕТА

Рисунок Б.3. Продовження жовтого аркушу карнета АТА

Issuing Association Асоціація, що видає документи		<b>A. T. A. CARNET FOR TEMPORARY ADMISSION OF GOODS /</b> Карнет АТА для тимчасового ввезення товарів		INTERNATIONAL GUARANTEE CHAIN Міжнародна ланцюгова гарантійна система																																																																																		
CUSTOMS CONVENTION ON THE A. T. A. CARNET FOR THE TEMPORARY ADMISSION OF GOODS / Митна конвенція про Карнет АТА для тимчасового ввезення товарів		CONVENTION ON TEMPORARY ADMISSION / Конвенція про тимчасове ввезення																																																																																				
(Before completing the Carnet, please read Notes on cover page 3 / Перед заповненням Карнета прочитайте інструкцію на сторінці 3 обкладинки)																																																																																						
<b>A T A  C A R N E T</b>	<b>K A R N E T</b>	A. HOLDER AND ADDRESS / Власник і адреса		G. FOR ISSUING ASSOCIATION USE / Заповнюється асоціацією, що видає документи																																																																																		
				FRONT COVER / Обкладинка																																																																																		
				a) CARNET No. / КАРНЕТ №		UA / 01 / 0126 / 11																																																																																
		B. REPRESENTED BY* / Ким пред'явлений*		b) ISSUED BY / Ким виданий																																																																																		
		Any authorised person.																																																																																				
		C. INTENDED USE OF GOODS / Як передбачається використовувати товар		c) VALID UNTIL / Дійсний до																																																																																		
				..... / ..... / ..... year / month / day (inclusive) рік / місяць / день (включно)																																																																																		
P. This carnet may be used in the following countries/Customs territories under the guarantee of the associations listed on page four of the cover: / Цей Карнет може бути використаний у наступних країнах / м інших територіях під гарантію асоціацій, перелічених на четвертій сторінці обкладинки																																																																																						
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 33%;">ALGERIA (DZ)</td> <td style="width: 33%;">ISRAEL (IL)</td> <td style="width: 33%;">SENEGAL (SN)</td> </tr> <tr> <td>ANDORRE (AD)</td> <td>✓ ITALY (IT)</td> <td>SERBIA (CS)</td> </tr> <tr> <td>AUSTRALIA (AU)</td> <td>IVORY COAST (CI)</td> <td>SINGAPORE (SG)</td> </tr> <tr> <td>AUSTRIA (AT)</td> <td>JAPAN (JP)</td> <td>SLOVAK REPUBLIC (SK)</td> </tr> <tr> <td>BELARUS (BY)</td> <td>KOREA (REP. OF) (KR)</td> <td>SLOVENIA (SI)</td> </tr> <tr> <td>BELGIUM/ LUXEMBOURG (BE)</td> <td>LATVIA (LV)</td> <td>REPUBLIC OF SOUTH AFRICA (ZA)</td> </tr> <tr> <td>BOSNIA AND HERZEGOVINA (BA)</td> <td>LEBANON (LB)</td> <td>SPAIN (ES)</td> </tr> <tr> <td>BULGARIA (BG)</td> <td>LITHUANIA (LT)</td> <td>SRI LANKA (LK)</td> </tr> <tr> <td>CANADA (CA)</td> <td>FORMER YUGOSLAV</td> <td>SWEDEN (SE)</td> </tr> <tr> <td>CHILE (CL)</td> <td>REPUBLIC OF MACEDONIA (MK)</td> <td>SWITZERLAND (CH)</td> </tr> <tr> <td>CHINA (CN)</td> <td>MACAO, CHINA (MO)</td> <td>THAILAND (TH)</td> </tr> <tr> <td>CROATIA (HR)</td> <td>MALAYSIA (MY)</td> <td>TUNISIA (TN)</td> </tr> <tr> <td>CYPRUS (CY)</td> <td>MALTA (MT)</td> <td>TURKEY (TR)</td> </tr> <tr> <td>CZECH REPUBLIC (CZ)</td> <td>MAURITIUS (MU)</td> <td>UKRAINE (UA)</td> </tr> <tr> <td>DENMARK (DK)</td> <td>MEXICO (MX)</td> <td>UNITED ARAB EMIRATES (AE)</td> </tr> <tr> <td>ESTONIA (EE)</td> <td>MOLDOVA (MD)</td> <td>UNITED KINGDOM (GB)</td> </tr> <tr> <td>FINLAND (FI)</td> <td>MONGOLIA (MN)</td> <td>UNITED STATES (US)</td> </tr> <tr> <td>FRANCE (FR)</td> <td>MONTENEGRO (ME)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>GERMANY (DE)</td> <td>MOROCCO (MA)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>GIBRALTAR (GI)</td> <td>NETHERLANDS (NL)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>GREECE (GR)</td> <td>NEW ZEALAND (NZ)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>HONG KONG, CHINA (HK)</td> <td>NORWAY (NO)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>HUNGARY (HU)</td> <td>PAKISTAN (PK)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>ICELAND (IS)</td> <td>POLAND (PL)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>INDIA (IN)</td> <td>PORTUGAL (PT)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>IRAN (IR)</td> <td>ROMANIA (RO)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>IRELAND (IE)</td> <td>RUSSIA (RU)</td> <td></td> </tr> </table>						ALGERIA (DZ)	ISRAEL (IL)	SENEGAL (SN)	ANDORRE (AD)	✓ ITALY (IT)	SERBIA (CS)	AUSTRALIA (AU)	IVORY COAST (CI)	SINGAPORE (SG)	AUSTRIA (AT)	JAPAN (JP)	SLOVAK REPUBLIC (SK)	BELARUS (BY)	KOREA (REP. OF) (KR)	SLOVENIA (SI)	BELGIUM/ LUXEMBOURG (BE)	LATVIA (LV)	REPUBLIC OF SOUTH AFRICA (ZA)	BOSNIA AND HERZEGOVINA (BA)	LEBANON (LB)	SPAIN (ES)	BULGARIA (BG)	LITHUANIA (LT)	SRI LANKA (LK)	CANADA (CA)	FORMER YUGOSLAV	SWEDEN (SE)	CHILE (CL)	REPUBLIC OF MACEDONIA (MK)	SWITZERLAND (CH)	CHINA (CN)	MACAO, CHINA (MO)	THAILAND (TH)	CROATIA (HR)	MALAYSIA (MY)	TUNISIA (TN)	CYPRUS (CY)	MALTA (MT)	TURKEY (TR)	CZECH REPUBLIC (CZ)	MAURITIUS (MU)	UKRAINE (UA)	DENMARK (DK)	MEXICO (MX)	UNITED ARAB EMIRATES (AE)	ESTONIA (EE)	MOLDOVA (MD)	UNITED KINGDOM (GB)	FINLAND (FI)	MONGOLIA (MN)	UNITED STATES (US)	FRANCE (FR)	MONTENEGRO (ME)		GERMANY (DE)	MOROCCO (MA)		GIBRALTAR (GI)	NETHERLANDS (NL)		GREECE (GR)	NEW ZEALAND (NZ)		HONG KONG, CHINA (HK)	NORWAY (NO)		HUNGARY (HU)	PAKISTAN (PK)		ICELAND (IS)	POLAND (PL)		INDIA (IN)	PORTUGAL (PT)		IRAN (IR)	ROMANIA (RO)		IRELAND (IE)	RUSSIA (RU)	
ALGERIA (DZ)	ISRAEL (IL)	SENEGAL (SN)																																																																																				
ANDORRE (AD)	✓ ITALY (IT)	SERBIA (CS)																																																																																				
AUSTRALIA (AU)	IVORY COAST (CI)	SINGAPORE (SG)																																																																																				
AUSTRIA (AT)	JAPAN (JP)	SLOVAK REPUBLIC (SK)																																																																																				
BELARUS (BY)	KOREA (REP. OF) (KR)	SLOVENIA (SI)																																																																																				
BELGIUM/ LUXEMBOURG (BE)	LATVIA (LV)	REPUBLIC OF SOUTH AFRICA (ZA)																																																																																				
BOSNIA AND HERZEGOVINA (BA)	LEBANON (LB)	SPAIN (ES)																																																																																				
BULGARIA (BG)	LITHUANIA (LT)	SRI LANKA (LK)																																																																																				
CANADA (CA)	FORMER YUGOSLAV	SWEDEN (SE)																																																																																				
CHILE (CL)	REPUBLIC OF MACEDONIA (MK)	SWITZERLAND (CH)																																																																																				
CHINA (CN)	MACAO, CHINA (MO)	THAILAND (TH)																																																																																				
CROATIA (HR)	MALAYSIA (MY)	TUNISIA (TN)																																																																																				
CYPRUS (CY)	MALTA (MT)	TURKEY (TR)																																																																																				
CZECH REPUBLIC (CZ)	MAURITIUS (MU)	UKRAINE (UA)																																																																																				
DENMARK (DK)	MEXICO (MX)	UNITED ARAB EMIRATES (AE)																																																																																				
ESTONIA (EE)	MOLDOVA (MD)	UNITED KINGDOM (GB)																																																																																				
FINLAND (FI)	MONGOLIA (MN)	UNITED STATES (US)																																																																																				
FRANCE (FR)	MONTENEGRO (ME)																																																																																					
GERMANY (DE)	MOROCCO (MA)																																																																																					
GIBRALTAR (GI)	NETHERLANDS (NL)																																																																																					
GREECE (GR)	NEW ZEALAND (NZ)																																																																																					
HONG KONG, CHINA (HK)	NORWAY (NO)																																																																																					
HUNGARY (HU)	PAKISTAN (PK)																																																																																					
ICELAND (IS)	POLAND (PL)																																																																																					
INDIA (IN)	PORTUGAL (PT)																																																																																					
IRAN (IR)	ROMANIA (RO)																																																																																					
IRELAND (IE)	RUSSIA (RU)																																																																																					
The holder of this Carnet and his representative will be held responsible for compliance with the laws and regulations of the country / Customs territory of departure and the countries / Customs territories of importation. / Власник цього Карнета та його представник несуть відповідальність за дотримання законів та регуляторних актів країни / митної території вивезення та країни / митної території ввезення.																																																																																						
<b>TO BE RETURNED TO THE ISSUING CHAMBER IMMEDIATELY AFTER USE</b> <b>ПІДЛЯГАЄ ТЕРМІНОВОМУ ПОВЕРНЕННЮ ПІСЛЯ ВИКОРИСТАННЯ ДО ГАЛАТІ, ЩО ВИДАЛА ДОКУМЕНТ</b>		H. CERTIFICATE BY CUSTOMS AT DEPARTURE Засвідчення митних органів при вивезенні		I. Signature of authorised official and Issuing Association Member / Підпис уповноваженої особи та члена асоціації, що видає документи																																																																																		
		a) Identification marks have been affixed as indicated in column 7 against the following items No(s). at the General List / Проставлення ідентифікаційних відміток, зазначених у колонці 7, напроти наступного(их) номеру(ів) загального списку																																																																																				
		b) GOODS EXAMINED* / Товари перевірено*																																																																																				
		Yes / так <input type="checkbox"/> No / ні <input type="checkbox"/>		Kyiv / 2011 Place and Date of Issue (year/month/day) Місце і дата видачі (рік/місяць/день)																																																																																		
c) Registered under Reference No. * / Зареєстровано під номером*		J.																																																																																				
d) Customs Office / Митний орган		Place / Місце		Date (year/month/day) / Дата (рік/місяць/день)																																																																																		
		Signature and Stamp / Підпис та печатка		Signature of Holder / Підпис власника																																																																																		

\* If applicable / Якщо відомо

(57328455-25CE-42F4-B2D3-2175BFCFA52)

Рисунок Б.4. Білий аркуш карнета АТА

A.T.A. CARNET		GENERAL LIST / ЗАГАЛЬНИЙ СПИСОК			КАРНЕТ АТА	
Item No./ № п/п	Trade description of goods and marks and numbers, if any / Назва товарів і, у разі необхідності, марки і номери	Number of pieces / Кількість штук	Weight or volume / Вага або об'єм	Value* / Вартість*	**Country of origin/ **Країна походження	For Customs Use / Заповнюється митницею
1	2	3	4	5	6	7
TOTAL or CARRIED OVER / Разом або для перенесення на додатковий аркуш						

Stamp/  
Печатка

ATA CARNET

CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ATA CARNET MISSION

\* Show country of origin if different from country! Customs territory of issue and in its currency, unless stated differently /  
Показати країну походження, якщо вона не є країною/місцем територією видачі та в її валюті, якщо не зазначено інше

\*\* Show country of origin if different from country! Customs territory of issue of the Carnet, using ISO codes./  
Зазначити країну походження, якщо вона не є країною/місцем територією видачі Карнета, використовуючи міжнародний код ISO

Рисунок Б.5. Продовження білого аркушу карнета АТА

A.T.A. CARNET No. / Карнет АТА №

UA / 01 / 0126 / 11

FOR USE BY CUSTOMS OF COUNTRY / CUSTOMS TERRITORY OF TRANSIT  
ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ МИТНИЦЮ КРАЇНИ / МИТНОЇ ТЕРИТОРІЇ ТРАНЗИТУ

T R A N S I T	T R A N S I T	Clearance for transit / Митне оформлення при транзиті			
		1. The goods described in the General List under item No(s). Товари, наведені у загальному списку під номером(ами) have been despatched in transit to the Customs Office at були відправлені транзитом до митного органу			
		2. Final date for re-exportation/production to the Customs* Гранична дата вивезення/прод.вироблення на митницю*			
3. Registered under reference No.* / Зареєстровано під номером №*		year / month / day рік / місяць / день		/ /	
4. Customs Office Митний орган		5. Place Місце		6. Date (year/month/day) Дата (рік/місяць/день)	
				7. Signature and Stamp Підпис і печатка	
Certificate of discharge by the Customs Office of destination / Відписка про відвантаження у митному органі призначення					
1. The goods specified in paragraph 1 above have been re-exported/produced* Товари, вказані у пункті 1, були вивезені після тимчасового вивезення / прод.вироб. для огляду*					
2. Other remarks* / Інші дані*					
Counterfoil Копія документа на транзит No. / №		3. Customs Office Митний орган		4. Place Місце	
				5. Date (year/month/day) Дата (рік/місяць/день)	
				6. Signature and Stamp Підпис і печатка	

T R A N S I T	T R A N S I T	Clearance for transit / Митне оформлення при транзиті			
		1. The goods described in the General List under item No(s). Товари, наведені у загальному списку під номером(ами) have been despatched in transit to the Customs Office at були відправлені транзитом до митного органу			
		2. Final date for re-exportation/production to the Customs* Гранична дата вивезення/прод.вироблення на митницю*			
3. Registered under reference No.* / Зареєстровано під номером №*		year / month / day рік / місяць / день		/ /	
4. Customs Office Митний орган		5. Place Місце		6. Date (year/month/day) Дата (рік/місяць/день)	
				7. Signature and Stamp Підпис і печатка	
Certificate of discharge by the Customs Office of destination / Відписка про відвантаження у митному органі призначення					
1. The goods specified in paragraph 1 above have been re-exported/produced* Товари, вказані у пункті 1, були вивезені після тимчасового вивезення / прод.вироб. для огляду*					
2. Other remarks* / Інші дані*					
Counterfoil Копія документа на транзит No. / №		3. Customs Office Митний орган		4. Place Місце	
				5. Date (year/month/day) Дата (рік/місяць/день)	
				6. Signature and Stamp Підпис і печатка	

T R A N S I T	T R A N S I T	Clearance for transit / Митне оформлення при транзиті			
		1. The goods described in the General List under item No(s). Товари, наведені у загальному списку під номером(ами) have been despatched in transit to the Customs Office at були відправлені транзитом до митного органу			
		2. Final date for re-exportation/production to the Customs* Гранична дата вивезення/прод.вироблення на митницю*			
3. Registered under reference No.* / Зареєстровано під номером №*		year / month / day рік / місяць / день		/ /	
4. Customs Office Митний орган		5. Place Місце		6. Date (year/month/day) Дата (рік/місяць/день)	
				7. Signature and Stamp Підпис і печатка	
Certificate of discharge by the Customs Office of destination / Відписка про відвантаження у митному органі призначення					
1. The goods specified in paragraph 1 above have been re-exported/produced* Товари, вказані у пункті 1, були вивезені після тимчасового вивезення / прод.вироб. для огляду*					
2. Other remarks* / Інші дані*					
Counterfoil Копія документа на транзит No. / №		3. Customs Office Митний орган		4. Place Місце	
				5. Date (year/month/day) Дата (рік/місяць/день)	
				6. Signature and Stamp Підпис і печатка	

T R A N S I T	T R A N S I T	Clearance for transit / Митне оформлення при транзиті			
		1. The goods described in the General List under item No(s). Товари, наведені у загальному списку під номером(ами) have been despatched in transit to the Customs Office at були відправлені транзитом до митного органу			
		2. Final date for re-exportation/production to the Customs* Гранична дата вивезення/прод.вироблення на митницю*			
3. Registered under reference No.* / Зареєстровано під номером №*		year / month / day рік / місяць / день		/ /	
4. Customs Office Митний орган		5. Place Місце		6. Date (year/month/day) Дата (рік/місяць/день)	
				7. Signature and Stamp Підпис і печатка	
Certificate of discharge by the Customs Office of destination / Відписка про відвантаження у митному органі призначення					
1. The goods specified in paragraph 1 above have been re-exported/produced* Товари, вказані у пункті 1, були вивезені після тимчасового вивезення / прод.вироб. для огляду*					
2. Other remarks* / Інші дані*					
Counterfoil Копія документа на транзит No. / №		3. Customs Office Митний орган		4. Place Місце	
				5. Date (year/month/day) Дата (рік/місяць/день)	
				6. Signature and Stamp Підпис і печатка	

\* If applicable / Якщо необхідно

**DO NOT REMOVE FROM THE CARNET / НЕ ВИЛУЧАТИ З КАРНЕТА**

Рисунок Б.6. Синій аркуш карнета АТА

Міністерство освіти і науки України  
Хмельницький національний університет  
Академія економічних наук України  
Спілка економістів України  
Українська асоціація маркетингу  
Університет Жиліна (Словаччина)  
Люблінська Політехніка (Польща)  
Державний університет прикладних наук у Каліші (Польща)  
Технологічно-Природничий Університет, м. Бидгошч (Польща)  
Нижньодунайський університет в м. Галац (Румунія)  
Батумський державний університет (Грузія)  
Європейський Науковий Фонд Інституту Інновацій, м. Влоцлавек (Польща)  
Донецький національний університет, м. Вінниця  
Запорізький національний університет  
Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ  
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса  
Київський національний університет ім. Т.Шевченка  
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана  
Львівський торговельно-економічний університет  
НУ «Львівська політехніка»  
Національний університет «Одеська політехніка»  
Полтавський національний технічний університет ім. Ю. Кондратюка  
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна  
НТУ «Харківський політехнічний інститут»  
Херсонський національний технічний університет  
Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький  
Журнал «Економіст»

## **ПРОБЛЕМИ ПЛАНУВАННЯ В РИНКОВИХ УМОВАХ**

Тези доповідей  
XX міжнародної науково-практичної конференції

28–30 жовтня 2021 р., м. Хмельницький

Хмельницький 2021

<b>Худик М. М., Закрижевська І. В.</b> Аналітичне дослідження українського ринку кондитерських виробів .....	81
<b>Цмикал О. М.</b> Маркетинг як стародавня практика .....	83
<b>Караульна І. В., Андрушкевич З. М.</b> Цифрова трансформація бізнесу .....	85
<b>Левицька М. В., Андрушкевич З. М.</b> Діджитал-інструменти як засіб сучасної маркетингової підтримки розвитку підприємства .....	86
<b>Антош Н. В., Савіна Т. Г., Гацан В. В.</b> Врахування життєвого циклу людини при формуванні інноваційної продуктової політики харчових підприємств .....	88
<b>Билим О. С., Журавльова О. В., Савін С. Ю.</b> Маркетингова та інформаційно-рекламна діяльність у сфері туризму в контексті забезпечення привабливого іміджу Херсонської області .....	94
<b>Дягилева О. С., Семенченко К. Ф., Савін С. Ю.</b> Соціальна взаємодія в процесі професійного розвитку персоналу .....	98
<b>Бех О. В., Андрушкевич З. М.</b> Використання сучасних маркетингових інструментів у діяльності торговельного підприємства .....	105
<b>Медведчук Н. К., Дубина І.</b> Попит та пропозиція на ринку сільськогосподарської продукції .....	106
<b>Лишень В. А., Ковальчук С. В.</b> Колаборація діяльності торгово-промислової палати та торговельного бізнесу .....	108
<b>Ковальчук С. В., Рясних А. А.</b> Застосування чат-ботів при плануванні маркетингової комунікативної стратегії .....	110
<b>Ковальчук С. В., Перезовова І. В., Шемчук А.В.</b> Маркетинговий освітній простір закладу вищої освіти .....	112
<b>Ковальчук С. В., Присяжний М. В.</b> Сучасні інтернет-технології в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства .....	114

редній дохід. Далі йдуть такі фактори, як споживчі смаки та уподобання, національні та релігійні звичаї (деякі люди не люблять гречку чи пшоно, мусульмани не їдять свинину тощо). Ще далі за ступенем значущості стоять такі чинники, як розмір та склад сім'ї споживача, стиль життя тощо. Наприклад, сім'ї, які мають дітей, самостійно готують їжу, стежать за раціоном та якістю продукції. Молоді та самотні люди та молоді сім'ї воліють їжу, готову до вживання, консервовані продукти. У цілому можемо констатувати, що попит на продовольство – це попит великої кількості відокремлених, незалежних індивідуумів. Продовольчі ринки чекає ще не один місяць невизначеності через COVID-19, проте агропродовольчий сектор повинен продемонструвати більше стійкості до кризи пандемії, ніж інші сектори.

Таким чином, агромаркетинг дозволяє оцінювати попит покупців, прогнозувати обсяги продажу, формувати необхідну для беззбиткового виробництва кількість асортиментних позицій (тощо) з урахуванням особливостей галузі сільського господарства.

### Література

1. Артимонова І. В. Формування та розвиток системи агромаркетингу [Електронний ресурс] / І. В. Артимонова. – Режим доступу: [http://tezy.btsau.edu.ua/files/x\\_xrh1dzug.pdf](http://tezy.btsau.edu.ua/files/x_xrh1dzug.pdf)
2. Гоголя О. П. Становлення маркетингу у ринковій трансформації сільського господарства / О. П. Гоголя // Економіка АПК. – 2002. – № 5. – С. 110–114.

ЛИШЕНЬ В. А., КОВАЛЬЧУК С. В.  
Хмельницький національний університет

### КОЛАБОРАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВОЇ ПАЛАТИ ТА ТОРГОВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Розвиток торгово-промислової палати та підприємництва, часто вважають важливою складовою для відновлення національної економіки країни. Основне значення малого та середнього підприємництва, які покращують рівень зайнятості та життя населення.

Взаємодія підприємництва із торгово-промисловою палатою займає ключове положення у формуванні економіко-господарських операціях країни в цілому, при цьому враховуються інтереси обох сторін. Торгово-промислову палату створено для сприяння розвитку національної економіки, її включення у міжнародну економічну сис-

тему, формуванню сучасної промислової, фінансової та торгової інфраструктури, створенню сприятливих умов для бізнесу та розвитку різноманітного підприємницького потенціалу всебічним способом. Торгово-промислова палата – це форма торгово-промислового об'єднання, яка функціонує в системі «від бізнесу до бізнесу». Вона має на меті прояснити умови торгівлі та промисловості, знайти ринки збуту, розробити ряд послуг для підтримки бізнесу та сприяти заснуванню та розвитку міжнародних відносин. У світовій практиці значного розвитку набули як державні, так і приватні промислові та торгові палати.

Багаторічний досвід більшості держав світу показав, що заохочення розвитку некомерційних організацій, захищають інтереси підприємців, такі як Торгово-промислова палата, асоціації, та самоорганізації.

Актуальність торгово-промислової палати у підприємницькій діяльності відіграє важливу роль у встановленні тісних господарських зв'язків із підприємствами посилення економічних показників країни, полегшення ведення бізнесу в кризові часи, що є доволі актуально.

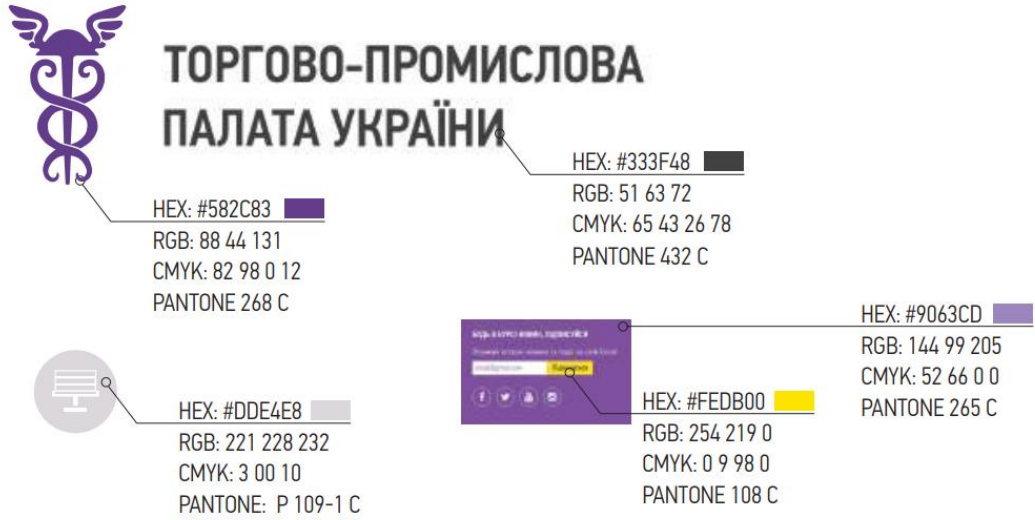
Торгово-промислова палата підтримує та залучає підприємство для оптимізації торговельних зв'язків, укладання довгострокових договорів, полегшення та покращення зовнішньоекономічних відносин з резидентами як іноземних країн так і внутрішню торгово-промислову діяльність, що очевидно покращує в цілому добробут населення.

Діяльність Торгово-промислової палати у підприємницькій діяльності є не випадковою, дана діяльність містить у собі цілком ключові аспекти взаємодії господарської діяльності із не урядовими та некомерційними структурами з метою покращення загального добробуту населення.

ЗЕД відіграє надзвичайно важливу роль у взаємозв'язку ТПП та підприємництва, так як усі процеси пов'язані із здійсненням господарської діяльності за межами країни для підприємства полегшують добробут відразу трьох сторін в першу чергу це бізнес як всередині країни так і за її межами, також ТПП надаючи послуги із оформлення товарів та послуг займає ключову ланку у створенні добробуту економіки країни в цілому.

Напрямок полегшення ведення бізнесу і підприємницької діяльності досить сильно відображається в суті мети та цілей Торгово-промислової палати, завдяки чому даний напрям діяльності користується великою популярністю і учасників ТПП країни. Підприємства та юридичні особи які співпрацюють з даною некомерційною організацією та є її членами мають усі необхідні умови для успішного ведення підприємницької діяльності, що є досить важливо для добробуту населення країни.

### Брендбук торгово-промислової палати України



БРЕНДБУК ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВОЇ ПАЛАТИ УКРАЇНИ

Рисунок Г.1. Фірмові кольори торгово-промислової палати України

## 6.1. Ручка та флешка



## 6.2. Чашка



Рисунок Г.1. Сувенірна продукція та канцтовари

### 6.3. Одноразовий стакан



### 6.4. Подарункова коробка для солодоців



Рисунок Г.2. Сувенірна продукція та канцтовари

## 6.5. Подарункові пакети



Рисунок Г.3. Сувенірна продукція та канцтовари

**Приватне акціонерне товариство  
"ТЕСМО-М"**  
Україна, 29025, Хмельницький,  
вул. Кооперативна, 3/1,  
т/ф: (0382) 55 12 24,  
55 12 04, 55 14 67,  
E-mail: tesmo.m.ua@gmail.com  
www.tesmo-m.com.ua



**Joint-Stock Company  
"TESMO-M"**  
3/1 Kooperatyvna str., t. Khmelnytskyi,  
29025, Ukraine  
Tel./fax: +38(0382) 55 12 24,  
55 12 04, 55 14 67.  
E-mail: tesmo.m.ua@gmail.com  
www.tesmo-m.com.ua

" 16 " 04 2012 р.  
№ 118

Президенту  
Хмельницької Торгово-промислової палати  
п. Беляковій Н. М.

Шановна, Наталіє Миколаївно!

ПрАТ «Тесмо-М» засвідчує Вам свою глибоку повагу та висловлює щирю подяку за ефективне співробітництво у сфері спрощеного митного оформлення тимчасового вивезення товарів.

Зіткнувшись з питанням тимчасового вивезення обладнання за кордон для участі у виставці в Росії, керівництво ПрАТ «Тесмо-М» намагалось прорахувати найзручніший спосіб оформлення вантажу в митних органах, тобто, чи скористатися карнетом АТА, чи пройти процедури митного оформлення товарів за національними правилами країни призначення.

Враховуючи багаторічну та плідну співпрацю із Хмельницькою Торгово-промисловою палатою та високий рівень професіоналізму її працівників, ми звернулись саме до Хмельницької Торгово-промислової палати у сприянні вирішення даного питання.

ПрАТ «Тесмо-М» відзначає високі компетенції колективу Хмельницької Торгово-промислової палати, добре організовану процедуру взаємодії з Клієнтом та якісний сервіс. Оформлення карнета АТА значно скоротило час на митне оформлення в митних органах та подальше проходження пропускних пунктів на кордоні, а також дозволило зекономити грошові ресурси на брокерських послугах.

ПрАТ «Тесмо-М» і в майбутньому планує користуватись послугами з оформлення карнета АТА, що дозволяє нам рекомендувати усім підприємствам та підприємцям скористатись перевагами послуги оформлення карнета АТА на тимчасове вивезення товарів за кордон. Це єдиний зручний та вигідний спосіб.

Ми сподіваємось на укріплення партнерських відносин, а також бажаємо Хмельницькій Торгово-промисловій палаті подальшого розширення сфери послуг для сприяння розвитку підприємництва.

З повагою,  
Директор ПрАТ «Тесмо-М»

А. Москалюк

Рисунок Д.1. Відгук організації, яка скористалась послугою Хмельницької Торгово-промислової палати

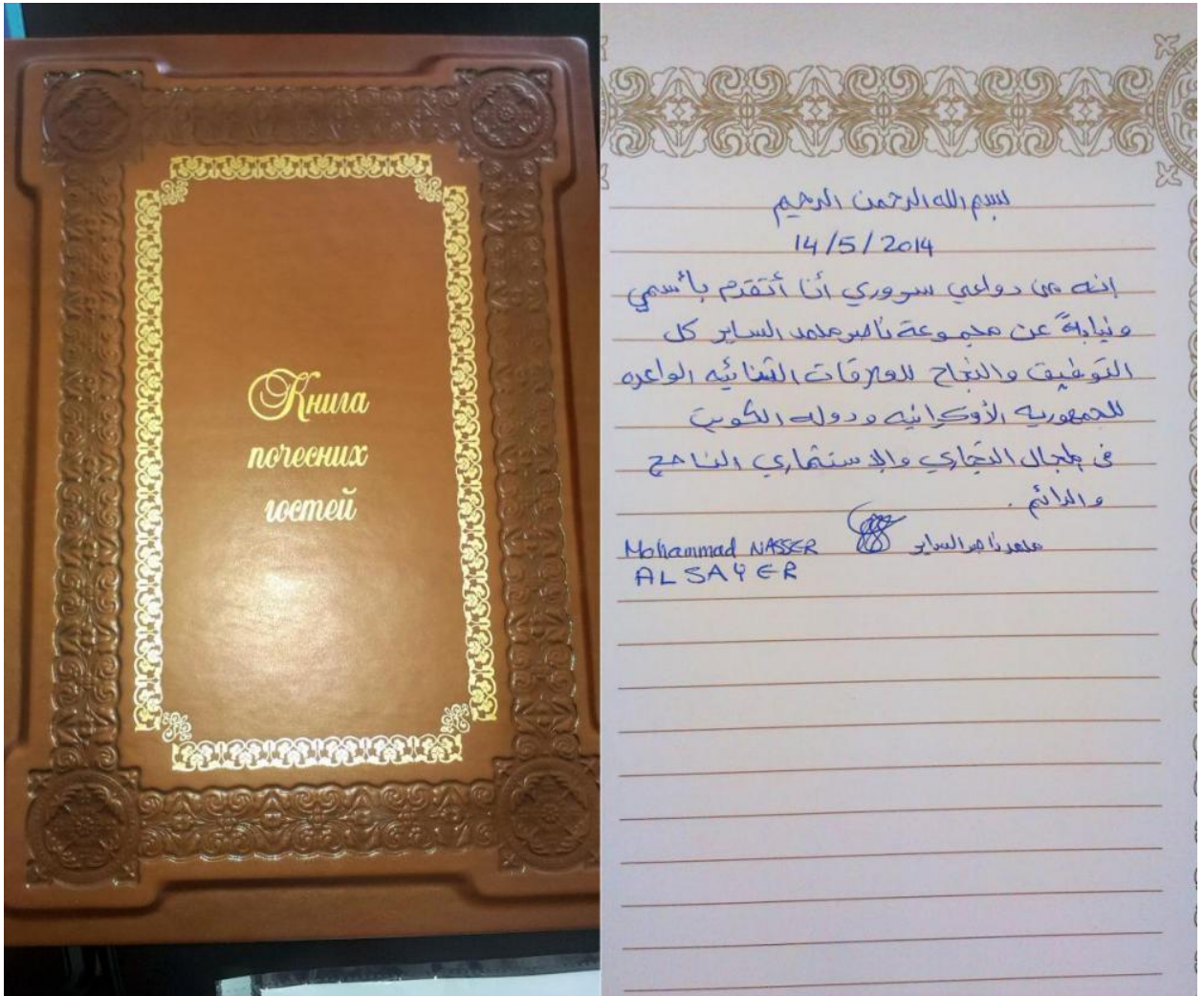


Рисунок Д.2. Відгук організації, яка скористалась послугою Хмельницької  
Торгово-промислової палати