

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН І ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Спеціальність	Міжнародні економічні відносини
Освітня програма	Міжнародний бізнес
Група	

ДИПЛОМНА РОБОТА

на тему: «Інформаційна підтримка суб'єктів міжнародного бізнесу торгово-промисловими палатами»

Виконав: студент Тригуб Кирило

Керівник: д.е.н., проф. Ірина ОТЕНКО

Рецензент заступник директора, д.е.н., професор
ВСП «Інститут інноваційної освіти Київського
національного університету
будівництва та архітектури»: Іннола НОВІКОВА

Харків – 2022 рік

РЕФЕРАТ

Тригуб К. М. Інформаційна підтримка суб'єктів міжнародного бізнесу торгово-промисловими палатами. Дипломна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» зі спеціальності «Міжнародні економічні відносини». Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Харків, 2022 р.

Дипломна робота містить 58 сторінок, 3 таблиць, 3 рисунків, список використаної літератури з 37 найменувань.

Метою роботи є теоретичне обґрунтування та розробка рекомендацій з удосконалення діяльності ТПП щодо інформаційного забезпечення суб'єктів міжнародного бізнесу в Україні.

Досягнення поставленої мети зумовило за необхідності розв'язати такі завдання: визначити мету і функції торгово-промислових палат як спеціалізованих інституцій підприємницького розвитку; вивчити іноземний досвід діяльності торгово-промислових палат та розглянути можливість його використання для удосконалення діяльності ТПП в Україні; проаналізувати діяльність регіональних ТПП України та їх впливу на розвиток міжнародного бізнесу; оцінити діяльність Харківської ТПП в контексті інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу; сформулювати стратегічні засади інформаційної підтримки та обґрунтувати напрями удосконалення діяльності ТПП щодо інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу.

Об'єктом дослідження є діяльність ТПП України щодо підтримки та стимулювання розвитку міжнародного бізнесу.

Предметом дослідження є методи та інструменти інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу ТПП.

Для досягнення поставленої мети і завдань у дипломній роботі було використано методи: теоретичного узагальнення, аналізу та синтезу – для визначення понять «інформаційна підтримка суб'єктів міжнародного бізнесу ТПП»; системний підхід – для визначення місця та ролі торгово-промислових палат у інформаційному забезпеченні для розвитку міжнародної підприємницької діяльності; метод експертних оцінок – для визначення рівня конкурентоспроможності регіональних ТПП України; метод статистичного аналізу використаний при аналізі показників діяльності Харківської ТПП.

Актуальність теми роботи полягає в тому, що інформаційне забезпечення міжнародної підприємницької діяльності майже постійно було однією з проблем ведення міжнародного бізнесу. Проблематика даного питання полягає в складності пошуку та аналізу необхідної інформації для діяльності підприємства, в цьому випадку більшість підприємств і звертаються за допомогою до торгово-промислових палат.

Ключові слова: МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС, ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА, ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВА ПАЛАТА, СУБ'ЄКТИ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ, ІНФОРМАЦІЙНА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. РОЛЬ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВИХ ПАЛАТ УКРАЇНИ У РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	8
1.1 Мета та задачі торгово-промислових палат у сприянні підприємницького розвитку.....	8
1.2 Організаційна структура та функції торгово-промислової палати України	10
1.3 Використання іноземного досвіду в діяльності торгово-промислових палат України.....	14
Висновки за розділом 1.....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТПП У СПРИЯННІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	20
2.1 Загальна характеристика та інформація щодо діяльності Харківської ТПП.....	20
2.2 Тенденції розвитку міжнародного бізнесу в умовах інформаційної глобалізації.....	24
2.3 Оцінювання діяльності Харківської ТПП в контексті інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу	32
Висновки за розділом 2.....	39
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ХАРКІВСЬКОЇ ТПП ЩОДО ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ СУБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	41
.....	

Висновки за розділом 3.....	49
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54

ВСТУП

Актуальність теми. Питання взаємодії суб'єктів міжнародного бізнесу між собою, їх контакти з державними установами на сьогоднішній день розглядаються як результат діяльності добровільних об'єднань. Зокрема важливу роль в розвитку даної взаємодії відіграють торгово-промислові палати (ТПП) України. Інститут торгово-промислових палат надає як практичну так і теоретичну допомогу суб'єктам міжнародного бізнесу, а саме: сприяння збільшенню експорту українських товарів та послуг, допомога у укладанні торговельно-економічних угод на зовнішньому ринку, інформаційна підтримка суб'єктів міжнародного бізнесу, патентно-ліцензійні послуги та багато іншого. В свою чергу, інформаційне забезпечення міжнародної підприємницької діяльності майже постійно було однією з проблем ведення міжнародного бізнесу. Проблематика даного питання полягає в складності пошуку та аналізу необхідної інформації для діяльності підприємства, в цьому випадку більшість підприємств і звертаються за допомогою до торгово-промислових палат.

Дослідження проблем щодо економічного розвитку суб'єктів міжнародної економічної діяльності, створення сприятливих умов для їх ефективного функціонування, набули свого висвітлення в наукових працях таких науковців як: В. А. Вергун, Б.Ф. Купчак, П.О.Нікіфоров, А. С. Філіпенко, О.І. Харитонюк., А. В. Дакус, О. Г. Денисюк, П. В. Єгоров, А. Ю. Зудін, В. Ф. Іванюта, М. І. Крупка, Б. А. Райзберг. Однак попри те, що в арсеналі сучасних теорії та практики міжнародної економічної діяльності існує достатньо методів та підходів, дедалі ускладнюються умови діяльності суб'єктів міжнародного бізнесу. Тому існує необхідність оновлення, удосконалення та підтримки створення сприятливих інституційних умов, ефективної діяльності добровільних об'єднань, організацій, й зокрема, ТПП, що виступають стимуляторами розвитку вітчизняних підприємств, їх виходу на міжнародні ринки. Актуальність, практична значущість і недостатня розробленість

зазначених питань зумовили вибір теми, мету та задачі дослідження.

Метою роботи є теоретичне обґрунтування та розробка рекомендацій з удосконалення діяльності ТПП щодо інформаційного забезпечення суб'єктів міжнародного бізнесу в Україні.

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

визначити мету і функції торгово-промислових палат як спеціалізованих інституцій підприємницького розвитку;

вивчити іноземний досвід діяльності торгово-промислових палат та розглянути можливість його використання для удосконалення діяльності ТПП в Україні;

проаналізувати діяльність регіональних ТПП України та їх впливу на розвиток міжнародного бізнесу;

оцінити діяльність Харківської ТПП в контексті інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу;

сформувати стратегічні засади інформаційної підтримки та обґрунтувати напрями удосконалення діяльності ТПП щодо інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу;

Об'єкт дослідження – діяльність ТПП України щодо підтримки та стимулювання розвитку міжнародного бізнесу.

Предмет дослідження – методи та інструменти інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу ТПП.

Методи дослідження. У дипломній роботі було використано методи: теоретичного узагальнення, аналізу та синтезу – для визначення понять «інформаційна підтримка суб'єктів міжнародного бізнесу ТПП»; системний підхід – для визначення місця та ролі торгово-промислових палат у інформаційному забезпеченні для розвитку міжнародної підприємницької діяльності; метод експертних оцінок – для визначення рівня конкурентоспроможності регіональних ТПП України; метод статистичного аналізу використаний при аналізі показників діяльності Харківської ТПП.

РОЗДІЛ 1. РОЛЬ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВИХ ПАЛАТ УКРАЇНИ У РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Мета та задачі торгово-промислових палат у сприянні підприємницького розвитку

Інтеграція в світовий та європейський бізнес простір багато в чому залежить від стабільності та ефективності міжнародного бізнесу України. Посилаючись на досвід держав з ліберальною фінансовою політикою, то можна зазначити, що є ефективним проведення заохочення механізмів самоврядування підприємництва, які включають можливість для його учасників мати вплив на проведення окремих заходів, вивчати проблемні питання галузі та мати право голосу, щодо пропонування реформ, модифікацій в законодавство тощо. З даною метою, щоб організувати подібну діяльність, були створені окремі інституціональні майданчики - якими є добровільні спілки підприємств, від імені яких здійснюється дана діяльність.

Метою утворення подібних організацій є рішення задач і оптимізація діяльність бізнесу: поліпшення ефективності застосування матеріальних, фінансових та інших ресурсів на базі об'єднання старань і засобів, організації колективної діяльності, кооперації, а крім того проведення інших заходів виробничого, бізнесменського або природоохоронного характеру [27, с . 63]. Дані об'єднання надають учасникам великий спектр інформації, бізнес послуг, організують заходи соціального розвитку, займаються підготовкою та підвищенням кваліфікації співробітників. Але основною метою створення добровільних товариств — здійснення впливу на державну регуляторну політику, що стає можливим завдяки врахуванню громадської точки хору та принципу прозорості.

Відносячи торгово-промислові палати до даних добровільних товариств

та інституцій підтримки підприємництва, на сьогодні не сформовано єдиного визначення їхньої сутності. Водночас, всі інституції підтримки підприємництва мають такі спільні характеристики, що вирізняють їх з-поміж інших суб'єктів інфраструктури розвитку бізнесу. До основних їх завдань слід віднести:

- просування підприємництва як засобу економічного розвитку;
- орієнтація на потреби бізнесу в розвитку;
- налагодження взаємозв'язків між органами публічної влади, науковою і бізнес-спільнотою у забезпеченні економічного зростання;
- надання широкого спектру послуг підтримки.

Отже, інституція підтримки підприємництва – це організація, створена представниками приватного та/або державного секторів для надання ресурсної підтримки наявному бізнесу, для започаткування підприємницької діяльності, задоволення потреб бізнесу в розвитку, просуванні інтересів підприємницьких структур у відносинах з органами публічної влади та суспільством. [9, с. 7]

З даного визначення, щодо інституцій підтримки підприємництва, можна перейти та визначити головну мету створення Торгово-промислових палат. Варто зазначити, що в Законі України «Про Торгово-промислові палати в Україні» є визначеними мета, завдання та основні функції системи Торгово-промислових палат в Україні [1]. Щодо мети створення даної організації, можна зазначити, що передбачалося виконання нею функцій сприяння розвитку національного підприємництва та розбудови економіки, її інтеграції в світову господарську систему, створення сприятливих умов для підприємницької діяльності, формування сучасних фінансової, промислової та торгівельної інфраструктур, а також забезпечення приросту експортно-орієнтованості національного господарства та стимулювання активності в міжнародному економічному співтоваристві в цілому.

Згідно Закону України «Про Торгово-промислову палату України», Торгово-промислова палата України визначається як неурядова, некомерційна автономна організація, яка реєструє українських юридичних осіб та громадян

як підприємців та створює асоціації на добровільній основі [1].

В свою чергу, представництво Торгово-промислової палати України дає наступне визначення, Торгово-промислова палата України - недержавна неприбуткова самоврядна організація, яка на добровільних засадах об'єднує юридичних осіб та громадян України, зареєстрованих як підприємці, а також їх об'єднання [25].

Таким чином, головними завданнями ТПП є створення гарних та сприятливих умов для забезпечення ефективної підприємницької діяльності, шляхом допомоги в утворенні та розвитку торговельних, технологічних та наукових відносин між вітчизняними підприємцями та їх іноземними партнерами. В свою чергу, ТПП є головним представником інтересів членів палати, щодо економічної діяльності в власній країні та за кордоном.

Щодо визначення сутності «системи ТПП України для ведення міжнародного бізнесу вітчизняними компаніями», то вона має на меті забезпечувати в Україні сприятливе бізнес-середовище, відкривати нові внутрішні експортні ринки, створювати та розвивати можливості для розвитку бізнесу, а також сприяти активній інтеграції у світову економіку та динамічній інтернаціоналізації українського бізнесу, покращувати інституційне середовище в процесі діалогу між урядом та підприємствами та надавати послуги, що необхідні підприємствам.

1.2 Організаційна структура та функції торгово-промислової палати України

До регіональної структури торгово-промислових палат входять центральна ТПП України та 25 регіональних ТПП. Сьогодні система Палат об'єднує в своїх рядах близько 8 тис. членів. Більше 1000 представників бізнесу з усіх куточків нашої країни щодня отримують професійні консультації та

допомогу експертів торгово-промислових палат в самих різних напрямках.

Вищим керівним органом ТПП України є - з'їзд ТПП України, скликається не рідше одного разу на 5 років, делегати якого обираються членами палати. Загальне керівництво діяльністю палати в період між з'їздами здійснює - рада ТПП України, яка обирається з'їздом ТПП України терміном на 5 років. Рада ТПП України має 91-го члена ради. В свою чергу, Рада ТПП України обирає президію ТПП на 5-річний термін, яка здійснює керівництво поточною діяльністю ТПП України. Президія ТПП України має наступний склад:

- Президент ТПП України;
- Перший віце президент України;
- Віце президент-генеральний секретар;
- Три віце президенти ТПП України;
- 35 членів президії.

Апарат ТПП України має наступний склад:

- Президент ТПП України;
- Перший віце президент України;
- Чотири віце президенти ТПП України;
- 18 структурних підрозділів. [25]

На базі ТПП України діють Міжнародний комерційний арбітражний суд, що отримав широке визнання в світі, Морська арбітражна комісія, Третейський арбітражний суд.

При Палаті функціонують галузеві комітети підприємців, які проводять незалежну експертизу нормативно-правових актів, що регулюють підприємницьку та зовнішньоекономічну діяльність, а також експертизу з питань, що стосуються прав та інтересів підприємців, готують від імені членів Палати пропозиції органам державної влади щодо їх вдосконалення.

ТПП України має своїх 70 представників в 56 країнах світу, підписану 174 міжнародних угоди про співпрацю з іноземними партнерськими організаціями. Виступає засновником і координатором 45 двосторонніх

ділових рад. 85% членів Палати - малий і середній бізнес, 15% - великі компанії, в тому числі ВАТ «Укрнафта», ВАТ «Запоріжсталь», ТОВ «Метінвест Холдинг», ВАТ «Турбоатом», АТ «Мотор-Січ», ДП «Антонов» та інші. Серед членської спільноти Палати - понад 60 бізнес-асоціацій країни: Українська асоціація якості, Українська асоціація підприємств легкої промисловості «Укрлегпром», Асоціація турецького бізнесу в Україні TUID. ТПП України є членом Міжнародної торгової палати і Всесвітньої федерації палат, Асоціації торгово-промислових палат Європи.

Історія розвитку ТПП та світовий досвід у багатьох країнах дозволяє виділити, стосовно розвитку та стимулювання діяльності підприємництва, дві основні функції цієї інституції:

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

Ділові послуги. Ця функція передбачає надання суб'єктам господарювання ряду послуг, що стимулюють та спрощують ведення та організацію бізнес процесів (наприклад, оцінка майна, експертиза, організація ділових поїздок, виставок). В основному, перелік ділових послуг визначається відповідним уставом організації і нормативним актом. Ці послуги надаються на конкурентній основі. [4; 5, с. 36]

Визначивши з історичного та міжнародного досвіду основоположні аспекти діяльності ТПП, мету створення даної організації та основні функції у сфері розвитку підприємництва, буде доцільним розглянути вплив від діяльності ТПП на розвиток та стимулювання підприємництва в цілому. На рисунку 1.1 зображено графічну схему стимулювання розвитку

підприємницької діяльності за його видами за для виявлення місця ТПП у даному процесі. (рис. 1.1)

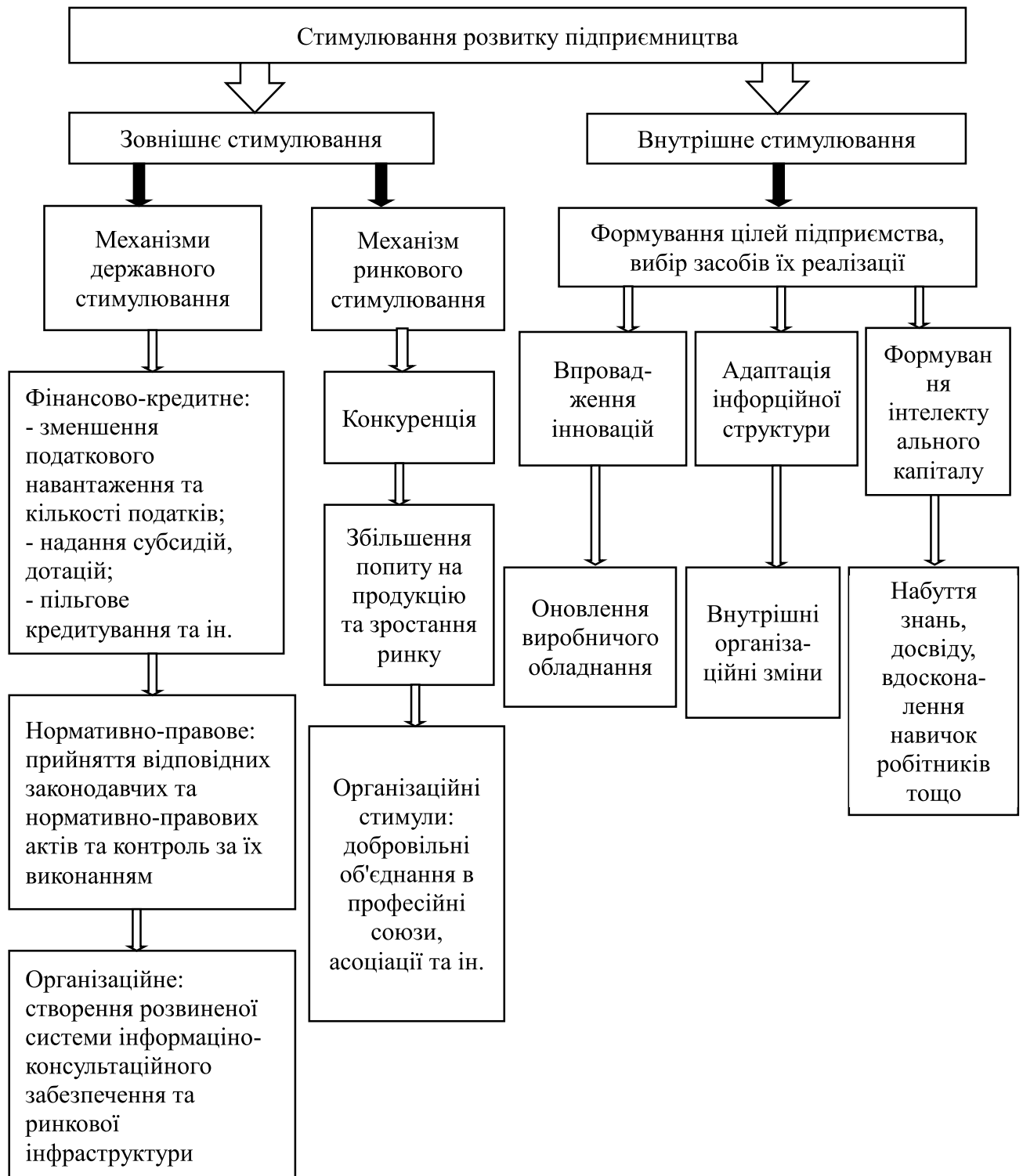


Рисунок 1.1 – Схематизація процесу стимулювання розвитку підприємницької діяльності [13, с. 52]

Відповідно класифікації, що запропоновано Н. С. Криштоф [13], виділяються функції зовнішнього стимулювання, де ринок та держава, є

основними відповідно ступеня впливу, рівня ринкової економіки країни та лібералізації внутрішньої політики. В свою чергу, зовнішній ринковий механізм, який являється певним розвитком бізнесу за межами управлінських заходів, забезпечує організаційні стимули.

Згідно з наведеною класифікацією функціонування ТПП в Україні можна віднести до організаційних стимулів. Подібна роль ТПП в Україні обумовлюється їх правовим статусом — це недержавні установи, в яких забезпечуються вільні основи членства, а таким чином, активність даних інститутів характеризується як «ринковий механізм». Щодо внутрішніх типів стимулювання, до них належать мотивація самого суб'єкта господарювання, а також інші процеси які роблять ефективнішу його діяльність. [13, с. 45-46].

Отже, головною метою та завданнями ТПП, щодо сприяння підприємницького розвитку є стимулювання підприємницької діяльності та підтримці підприємницької діяльності шляхом захисту інтересів членів палати на державному рівні, надання членам палати ряду послуг, що спрощують ведення бізнесу, допомога укладання довгострокових договорів з партнерами на різних рівнях, ліцензування та сертифікація продукції суб'єктів господарювання, надання інформаційної підтримки та консультаційних послуг та т. п. Таким чином, ТПП мають вагомий вплив на всі категорії факторів розвитку підприємництва на всіх етапах його діяльності.

1.3 Використання іноземного досвіду в діяльності торгово-промислових палат України

Зарубіжний досвід діяльності торгово-промислових палат завжди є корисним, особливо для розвитку функціонування ТПП України, зокрема виділення та доцільне вивчення тих рис, які можна застосувати в вітчизняних умовах, а саме - для розвитку малого підприємництва. Є відомим, що

економічно розвинені країни Європи ТПП виконують завдання саморегульованого органу, який надає допомогу підприємцю на всіх етапах його діяльності та розвитку. Про це свідчать статистичні данні багатьох розвинених країн світу, а саме про те, що від 50% до 80% дохідної частини бюджету надходить від малого бізнесу.

Звичайно, слід відмітити, що ТПП України на сучасному етапі має власний досвід функціонування. Даний досвід здобутий протягом сучасної історії ТПП України, початком якої можна вважати 8 грудня 1973 року. В цей час було прийнято Статут Торгово-промислової палати Української РСР на загальному скликанні дійсних членів ТПП УРСР. Вже в часи незалежності, після схвалення 2 грудня 1997 року Верховною Радою України Закону України «Про торгово-промислові палати в Україні» був завершений етап формування нової моделі ТПП в Україні, що засвідчує про перехід до «змішаної моделі палат» від «системи державних палат» [18].

Повертаючись до іноземного досвіду, є необхідним визначити окремі моделі палат, що були сформовані протягом століть функціонування на території Європи, які мають власні ознаки за принципами та характером роботи (табл. 1.1) [15; 24; 29]. В залежності від економічних факторів та загальнодержавної політики майже кожна опція діяльності ТПП одночасно є впливовим важелем, який має можливість стати оптимізатором діяльності установи або погіршити її ефективність.

Відносячи систему ТПП України до змішаної моделі, через поєднання в собі рис англосаксонської й континентальної моделі палат, варто зазначити, що законодавство всіх країн, які мають таку модель палат, передбачає регулювання території діяльності кожної регіональної палати. На території адміністративної одиниці або суб'єкта країни може бути тільки одна палата. Територія діяльності місцевої або регіональної палати, зазвичай, відповідає адміністративно-територіальним поділом країни [16, с. 72].

Таблиця 1.1

Моделі торгово-промислових палат світу

Модель	Історія формування	Законодавча база	Членство	Делегування урядом деяких функцій
Континентальна	Сформувалась як французька модель на основі публічного права. Була прийнята в кінці XIX – початку XX ст. і перейнялась декількома європейськими державами.	Характеризується наявністю окремого закону про діяльність палат, який визначає, регулює та обмежує діяльність палат.	Членство є обов'язковим для всіх суб'єктів підприємництва	Палатам надано офіційний статус консультативного органу уряду. Відбувається чітке визначення роду занять та сфери діяльності палат, які регулюється урядом. Палати не мають права займатись будь-яким видом діяльності стосовно ділової спільноти.
Англосаксонська	У Великобританії було створено іншу систему палат, яка характеризується меншим рівнем втручання державної влади. Така модель базується на принципах самоврядування.	Відсутній закон, що регламентує діяльність ТПП. Палати створюються на базі приватного права.	Членство у палаті відбувається на добровільних засадах	Палати не зобов'язані виконувати завдання уряду та мають свободу вибору. Палати не перерозподілять прибуток, а спрямовують кошти на покращення результатів своєї роботи
Державна	Модель існувала у минулому та була представлена у соціалістичних країнах	Торгові палати являли собою відомства міністерств зовнішньої торгівлі	Усі суб'єкти виробництва та торгівлі були адміністративно підпорядковані	Діяльність палат була сконцентрована на просуванні експорту продукції державних підприємств
Змішана	Країни сумістили у системі своїх національних палат риси кожної із зазначених моделей (така система палат діє в Україні)			

Використання континентальної моделі вимагає створення та дотримання спеціального законодавства, яке має регулювати діяльність палати, закріплювати

за палатами офіційного статусу консультанта уряду, обов'язковості членства, наявності лише однієї палати у визначеному регіоні та серйозно контролювати діяльність палат зі сторони держави. В протилежному, відсутність спеціального законодавства, відсутність обмеження для створення палати, добровільний характер членства та не виставлення вимог до палати щодо виконання функцій керованих державою є характерно для англосаксонської моделі. Змішана модель, яка використовується в Україні, вимагає поєднання ряду характеристик обох моделей [8, с. 101].

Таким чином, ТПП України не підлягає державному контролю, але є визначене законом регіональне охоплення, що забезпечує наявність окремої палати в кожному обласному центрі та області. Також створення ТПП України на базі закону все ж дозволяє уряду делегувати їй окремі функції, що закріплюють за органом врядування. Цими функціями являється видача сертифікатів походження, карнетів АТА, ведення реєстру українських підприємств, фінансове положення яких свідчить про надійність і т. п.

Завдяки аналізу та вивченню іноземного досвіду, який здійснив уряд України в 90-х роках ХХ ст., відбувся вибір змішаної моделі діяльності ТПП. Дана модель була оптимальна у час трансформаційних процесів, яким піддавалася національна економіка. Одночасно, ТПП України мали право бути самостійними представниками інтересів підприємництва. Таким чином, ТПП України може здійснювати підприємницьку діяльність тільки в тому виді, в якому це необхідно для виконання її статутних завдань. Дохід від подібної діяльності дає змогу ефективніше виконувати статутні завдання ТПП, а не бути розподілений між її членами.

Висновки до розділу 1

Інтеграція України в світовий та європейський бізнес-простір багато в чому залежить від стабільності та ефективності механізмів самоврядування

підприємництва, які включають можливість для його учасників мати вплив на проведення окремих заходів, вивчати проблемні питання галузі та мати право голосу, щодо пропонування реформ, модифікацій в законодавство тощо. З даною метою, щоб організувати подібну діяльність, були створені окремі інституціональні майданчики - якими є добровільні спілки підприємств, від імені яких здійснюється дана діяльність.

З проведеного аналізу у розділі можна зазначити, що торгово-промислова палата відіграє особливу роль у налагодженні та покращенні тісних зв'язків зі сферою підприємництва, про що свідчать головні задекларовані завдання ТПП щодо ведення своєї діяльності. Таким чином ТПП України є головною інституцією підтримки підприємництва в Україні, завдяки меті організації, яка передбачає виконання функцій сприяння розвитку підприємництва з розбудовою економіки та її інтеграцію в світову господарську систему.

2. Визначено роль торгово-промислової палати в підтримці стимулювання підприємництва та її способи реалізації даної діяльності. Дослідивши історичний досвід розвитку ТПП можна зазначити, що стимулювання розвитку підприємництва відбувається за виконанням двох основних функцій даної інституції. Перша це - функція представництва, яка являє собою захист та представництво інтересів всіх суб'єктів підприємництва на території компетентності певної палати. Друга це - надання ділових послуг, які безпосередньо стимулюють та спрощують діяльність бізнесу. Також за класифікацією Н. С. Криштофа, щодо видів стимулювання діяльності підприємництва, було зазначено, що функціонування ТПП в Україні можна віднести до організаційних стимулів. Подібна роль ТПП в Україні обумовлюється їх правовим статусом — це недержавні установи, в яких забезпечуються вільні основи членства.

Також було визначено використання ТПП України іноземного досвіду, щодо процесів та моделі діяльності ТПП. Таким чином, в 90-х роках урядом України, була обрана змішана модель діяльності ТПП. Дана система поєднує в собі риси

англосаксонської моделі, яка передбачає добровільний характер членства та не виставлення вимог до палати щодо виконання функцій керованих державою, та континентальної моделі, яка передбачає створення та дотримання спеціального законодавства, яке має регулювати діяльність палати, закріплюючи за палатами офіційного статусу консультанта уряду, наявності лише однієї палати у визначеному регіоні.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТПП У СПРИЯННІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

2.1 Загальна характеристика та інформація щодо діяльності Харківської ТПП

Харківська торгово-промислова палата є недержавною неприбутковою самоврядною організацією. Палата об'єднує суб'єктів господарювання різних форм власності та видів діяльності, зареєстрованих у Харківській області незалежно від форм власності і діє на основі Закону України "Про торгово-промислові палати в Україні". Сприяє всебічному розвитку бізнесу в регіоні, становленню взаємовигідних економічних зв'язків між українськими і іноземними партнерами.

Головною метою об'єднання юридичних осіб та громадян зареєстрованих в Україні як підприємці є сприяння розвитку народного господарства та національної економіки, стимулювання її інтеграції у світову господарську систему. Місія Харківської ТПП передбачає виконання наступних завдань:

- Сприяння створенню сприятливих умов для підприємницької діяльності у регіоні;
- Підтримка розвитку торговельно-економічних, науково-технічних зв'язків між українськими та зарубіжними підприємцями;
- Об'єднання бізнес-кіл Харківщини;
- Створення комфортних умов для спілкування та обміну інформацією між компаніями та партнерами;
- Подання та захист інтересів підприємців-членів Палати як в Україні, так і за її межами [26].

Завдяки історії Харківської ТПП протягом 80-річної діяльності,

організація змогла накопичити значний досвід у наданні допомоги, в пошуку та розширенні ринків збуту товарів та послуг, в налагоджуванні ділового співробітництва між українськими та закордонними партнерами членів Харківської ТПП.

В свою чергу, членом торгово-промислової палати може бути любий суб'єкт підприємницької діяльності, який зобов'язується дотримуватися Статуту Торгово-промислової палати, тим самим проводити свою діяльність згідно з законодавством України та міжнародним правом. Суб'єкти господарської діяльності входячи до членів Харківської ТПП, одночасно стають членами ТПП України. Палата є відкритою до співробітництва з суб'єктами підприємницької діяльності всіх форм власності.

Члени Харківської торгово-промислової палати мають наступні переваги:

- Підвищення іміджу підприємства як надійного і стабільного ділового партнера;
- Першочергове обслуговування з усіх видів послуг, які надає Харківська торгово-промислова палата і Торгово-промислова палата України;
- Участь у ділових зустрічах з українськими і закордонними партнерами;
- Отримання актуальної інформації про виставки, семінари, форуми, делові зустрічі, які проходять в Україні і за кордоном; про комерційні і інвестиційні пропозиції і запити вітчизняних і закордонних фірм;
- Розміщення комерційних пропозицій і запитів про співробітництво в довідково-інформаційній електронній базі даних Харківської ТПП;
- Отримання журналів Харківської ТПП "Вестник Торгово-промисленної палати", Торгово-промислової палати України "Деловой вестник", бізнес-довідника "Желтые страницы Украины"
- Отримання рекомендаційних листів для представлення підприємства-члена Палати у представництвах іноземних держав (Посольствах, Консульствах) [23].

В свою чергу члени Палати зобов'язані:

- активно сприяти реалізації статутних завдань і функцій Палати;
- своєчасно сплачувати вступні та членські внески;
- здійснювати свою діяльність за принципами поваги до партнера, добропорядності, не допускати випадків недобросовісної конкуренції. [

Основні дані Харківської ТПП, наступні: Код ЄДРПОУ 02944774, вона знаходиться за адресою м. Харків, Московський проспект, будинок 122 Б. Дата заснування Харківської ТПП 04.11.1998. Власниками та засновниками є Лобода Віктор Іванович та Братющенко Раїса Олексіївна, Президентом Харківської ТПП є Зверев Віктор Олександрович. Основний вид діяльності - діяльність організацій промисловців і підприємців [20].

Фінансовий стан Харківської ТПП за 2019 – 2020 рр. характеризують такі показники (таблиця 2.1)[20]:

Таблиця 2.1

Фінансова звітність за 2020 рік

Показник	Значення
Дохід, грн	
Чистий прибуток, грн	
Активний, грн	
Зобов'язання, грн	

У таблиці 2.1 відображено дохід, чистий прибуток, активи та зобов'язання Харківська ТПП за звітний період. Аналізуючи фінансову звітність Харківської ТПП, можна зазначити, що Палата має достатньо великий потенціал активів. Це може свідчити про те, що організація має вагомий потенціал до розвитку та покращення власної діяльності, а також в підтримці членів Палати.

Щодо підтримки членів Харківської ТПП, то організація забезпечує власних членів наступними послугами:

- Оформлення сертифікатів на всі товари українського походження;
- Переклад документації на любі мови світу і завірення перекладів;
- Оформлення свідоцтв про присвоєння штрихових кодів;

- Визначення кодів товарів по ТН ЗЕД;
- Надання інформації про рівень цін на вітчизняні і закордонні товари;
- Підготовку документів для реєстрації товарних знаків (торгових марок) і видачу свідоцтв про охорону прав власності;
- Оцінку об'єктів нерухомості, в тому числі експертну грошову оцінку земельних ділянок;
- Оцінку машин, обладнання, автотранспортних засобів, літальних апаратів, судноплавних засобів;
- Оцінку цілості майнових комплексів, паїв, цінних паперів, майнових прав і нематеріальних активів, інтелектуальної власності;
- Експертизу кількості і якості товарів експортно-імпорتنих поставок;
- Оформлення вантажних митних декларацій;
- Акредитацію в митних органах;
- Підготовку адресних довідок про закордонних і вітчизняних підприємців;
- Пошук партнерів в Україні і за кордоном, надання інформації про надійність українських і закордонних фірм;
- Оформлення і передачу комерційних пропозицій;
- Реєстрацію підприємств, в тому числі з іноземними інвестиціями;
- Розробку зовнішньоекономічних контрактів, внутрішньогосподарських договорів і завірення виконаних документів;
- Претензійно-позову роботу для підприємців;
- Розробку позових заяв в МКАС при ТПП України, ТПП Російської Федерації;
- Оформлення висновків про форс-мажорні обставини;
- Організацію підтримки розвитку малого і середнього бізнесу;
- Проведення маркетингових досліджень в будь-якій області економіки, в будь-якій країні світу;
- Розгляд цивільних і господарських справ у Постійно діючому Третейському суді при Харківській ТПП;

- Реєстрацію і занесення резидентів України до Реєстру надійних партнерів;
- Проведення операцій по закупівлям і продажам, в тому числі по зовнішньоекономічним контрактам, на Аграрній біржі [23].

Таким чином можна зазначити, що Харківська ТПП є впливовою та затребуваною в місті Харків та Харківській області. Палата надає широкий спектр послуг в першу чергу малому та середньому бізнесу. Завдяки великому історичному досвіду Палата має багато зв'язків з іноземними партнерами, що допомагає членам палати знаходити власних іноземних партнерів та виходити на нові іноземні ринки. Отже, Харківська ТПП в повному обсязі виконує завдання, узгодженні ТПП України, у власному регіоні та має потенціал для покращення підтримки власних членів.

2.2 Тенденції розвитку міжнародного бізнесу в умовах інформаційної глобалізації

В умовах глобалізації, формування глобальної економіки та глобального поширення інформації, розвиток міжнародного бізнесу зумовлюється еволюцією інтернаціоналізації, впливом зміни середовища міжнародного бізнесу і поглиблення взаємовідносин між національними економіками на рівні виробництва, трансформацією продуктивних сил, споживання, обміну та розподілу результатів і факторів виробництва. В свою чергу, глобальний етап інтеграції економічних систем є наслідком багатопланового процесу інтернаціоналізації, що являє процес поглиблення та розширення світових господарських зв'язків через підвищену мобільність факторів та результатів виробництва і залучення фірм до міжнародних операцій. [14, с.9]

У широкому розумінні категорії, такої як міжнародний бізнес, можна зазначити, що це є підприємництво, яке здійснює свою діяльність у межах

світового господарства. Конкретніше можна зазначити це поняття, як будь-яка операція, яка проводиться контрагентами від двох та більше країн. В свою чергу, міжнародна діяльність відбувається на основі господарських операцій, яким характерно гнучкість у процесі оперативного управління та базування на нових організаційних технологіях, під впливом вимог світового ринку та оптимального заохочення потреб та інтересів партнерів. Базисною основою міжнародного бізнесу є можливість отримати переваги саме за рахунок переваг міждержавних ділових операцій.

Такими операціями можна назвати продаж власного товару в інші країни, або надання послуг в іншій країні, або спільне надання послуг фірмами двох країн третій, або налагодження фірмою однієї країни виробництва в іншій країні тощо. Тобто забезпечення сторонам залученим у міжнародний бізнес більше переваг, ніж в тому випадку, якби вони здійснювали аналогічну діяльність у вигляді суб'єктів лише національних економік. [12, с. 68]

Головним стимулом здійснювати операції на закордонних ринках для компаній є прагнення отримати конкурентні переваги, під впливом глобалізаційних викликів. До основних факторів впливу глобалізації на міжнародне підприємництво за умов посиленої конкуренції можна віднести збільшення міждержавної торгівлі та інвестицій, зниження бар'єрів, впровадження глобальних систем стандартизації та якості продукції, збільшення самого виробництва глобального продукту для глобального споживача, підвищення ролі Інтернет- та інформаційних технологій та використання досвіду швидкозростаючих економік на світовому ринку.

Мотивація здійснення ділових операцій за межами національних кордонів формує структуру міжнародного бізнесу (рис. 2.1), що являє собою систему взаємозв'язків типів, форм та методів реалізації міжнародного бізнесу



Рис. 2.1 Структура міжнародного бізнесу

Таким чином, варто зазначити, що через динамічний розвиток міжнародної конкуренції та глобальної інтеграції одним з основних засобів ведення боротьби та суперництва серед національних інтересів держав є інформаційний простір. Для надання характеристики в світовому господарстві та суспільстві в цілому, в тому числі і у географічній науці, все частіше можна почути такі поняття як «інформаційне суспільство», «економіка інформації» та «інформаційна глобалізація» тощо.

Професор М. В. Багров дає наступні визначення терміну глобалізації інформаційного суспільства:

1) суспільство нового типу, яке формується в результаті глобальної соціальної революції, базисом якої є вибуховий розвиток та конвергенція

інформаційних і телекомунікаційних технологій;

2) суспільство знання, де головним двигуном добробуту кожної людини і держави стає знання, яке набуває завдяки безперешкодному доступу до інформації та вміння її обробляти;

3) глобальне суспільство, в якому обмін інформацією не має кордонів – часових, просторових, політичних, де приймаються рішення щодо покращення всіх аспектів якості життя на основі наукової обробки даних та сучасного знання;

4) суспільство, яке сприяє як взаємопроникненню культур, так і відкриває кожному співтовариству нові можливості для самореалізації [6].

Глобалізація інформаційного суспільства є невід’ємним фактором такого обширного поняття як інформаційна глобалізація, адже саме суспільство є головною рушійною силою в розвитку та поширенню інформації в світовому просторі. Інформаційна глобалізація стає головною тенденцією розвитку сучасного світу, а її основним принципом є інтеграція інформаційних систем у єдину світову систему та цифровізація. Таким чином, інформаційна глобалізація є необхідна для формування єдиного світового ринку, який варто регулювати економічними, політичними та маніпулятивними методами.

Цифровізація діяльності суб’єктів міжнародного бізнесу є неминучим процесом подальшого розвитку та прогресу міжнародного бізнесу. Даний процес в сучасний час та в майбутній перспективі є найголовнішою запорукою конкурентоспроможності на будь-якому ринку. Саме цей процес цифровізації диктує головні тенденції діяльності та розвитку міжнародного бізнесу.

Цифрові тенденції – це напрями розвитку цифрових технологій. Їх аналіз дозволяє прогнозувати розвиток конкретного явища в майбутньому. Оскільки «цифрова» економіка, та насамперед Інтернет, є глобальними явищами, тобто не обмежені кордонами однієї країни, «цифрові» тренди також мають глобальний характер та вплив. Ключові «цифрові» тенденції, на сьогодні є наступними [32]:

1. Дані стають головним джерелом конкурентоспроможності. Збір, опис,

зберігання та обробка даних дозволяє отримувати цінну інформацію для використання в ділових процесах, суспільному житті, роботі держави. Вміння працювати з даними та їх аналізувати – це можливість першим отримувати цінні ринкові «інсайти», тобто бути більш конкурентоздатним.

2. Розвиток сфери «Інтернету речей», тобто мережі, що складається із взаємопов'язаних фізичних об'єктів (або речей) або пристроїв, які мають вбудовані датчики та сенсори, а також програмне забезпечення, що дозволяє здійснювати взаємодію фізичних речей із комп'ютерними системами та мережами, у т.ч. Інтернет.

Це означає, що в даний час у світі виникає один з найбільших світових ринків абсолютно нових продуктів та послуг. Розвиток штучного інтелекту та machine learning (машинне навчання) надає можливості використання самокерованих машин, бізнес процесів та вивільнення трудових ресурсів уже найближчим часом.

3. «Цифровізація» або цифрові трансформації. Цифрові технології стали базою для створення нових продуктів, цінностей, властивостей та, відповідно, основою отримання конкурентних переваг на більшості ринків. Відбувається «цифровий перехід» від свого роду «аналогових» систем та процесів індустріальної економіки та інформаційного суспільства до «цифрової» економіки та «цифрового» суспільства.

4. Поширення бізнес-моделей, що відносяться до ідеології економіки «спільного користування». Світова економіка відчуває суттєвий вплив бізнес-моделей «спільної економіки», або економіки «спільного користування», яка працює на базі «цифрових» технологій. Завдяки використанню площадок «спільного користування» стає можливим швидке впровадження та комерціалізація ідей в наявних у більшості компаній матеріальних та технічних обмеженнях.

5. Віртуалізація фізичних інфраструктурних ІТ-систем та перехід до сервісних моделей. Віртуалізація дозволяє значно зменшити об'єм початкових капітальних витрат на розгортання необхідної цифрової інфраструктури,

шляхом використання «хмарних» технологій та програмно-визначеної архітектури. Технологія дозволяє орендувати обчислювальні можливості та сервіси, виходячи з потреб конкретного бізнес-процесу [32].

За умов інформаційної глобалізації та цифровізації міжнародний бізнес отримує принципово нові риси. Міжнародний бізнес, як один з головних інструментів економічної інтеграції країни в світову економіку, а тим самим як інструмент глобалізації, під впливом сучасних умов відзначається такими рисами:

1. Доступність та всеосяжність. Міжнародний бізнес все ще залишається під регулюванням та впливом законодавства країн, але за умов поширення інформації має можливість, практично для кожної фірми та країни світу, принципово змінювати стратегічні та тактичні перспективи фірм.

2. Ступеневість розвитку. Зазвичай, просування компанії на міжнародний ринок починається з початкових простих форм простої зарубіжної торгівлі, вже за розвитком та конкуренцією досягає вищої форми - БНК. За умов інформаційної глобалізації компанія може завчасно підготуватися до проходження даних етапів на світовому ринку та своєчасно прийняти відповідні рішення, тим самим зменшивши ризик потенційних втрат.

3. Технологічна глобалізація. Інформаційна глобалізація створила можливості розвитку комп'ютеризації, телекомунікації та інформатизації, що принципово змінюють характер міжнародного бізнесу.

4. «Фінансіаризація». Вживання даного терміну розпочав Ж. П. Серван-Шрайбер, він особливо точно характеризує головнішу рису «глобалізованого» міжнародного бізнесу, а саме фінансовий зміст міжнародних ділових операцій, починаючи від їх ідеї і закінчуючи реальним результатом, стає серцевиною міжнародного бізнесу, тим своєрідним центром, навколо якого обертаються всі інтереси, рішення, стратегії.

5. За умов глобалізації економіки основними господарськими одиницями стають крупні міжнародні компанії, які мають дочірні організації та філії в багатьох країнах світу, які мають співробітників різних національностей. Дані

компанії першими встановлюють торгові, виробничі, фінансові та науково технічні зв'язки зі своїми іноземними партнерами, тим самим першими задають вектор розвитку та поширенню інформаційної глобалізації.

Варто буде зазначити, що за умов інформаційної глобалізації, ТПП України стає все більш клієнтоорієнтованою та відкритою. Сьогодні Палата активно працює на плануванням та реалізацією різних стратегій власного розвитку. Через власне дослідження Палата визначила головні тенденції розвитку міжнародного бізнесу. Першою тенденцією є те, що діалог бізнесу з владою стає все більш якіснішим та конструктивнішим. Другою тенденцією Палата зазначає що, з одного боку, зростає позитивна конкуренція серед представників бізнесу таких як різні бізнес-асоціації, з іншого - бізнес-асоціації об'єднуються та мають єдину позицію щодо вирішення найважливіших питань. Третя тенденція звертає увагу на те, що у бізнесменів змінюються глобальні зовнішньоекономічні і ціннісні орієнтири. Через те що, раніше підприємці мали лише орієнтування на внутрішнього споживача, тим самим не звертали увагу на те що власну продукцію варто поступово вдосконалювати. В свою чергу, зовнішні ринки вимагають дотримання зовсім інших умов та швидкості підвищення конкурентоспроможності.

Для подальшого стимулювання розвитку національної економіки й підтримки підприємництва інститут ТПП України має широкий потенціал. ТПП України проявляє себе як ефективна лобістська організація, що дозволяє підприємцям членам палати правовими методами впливати на державні органи з метою покращення таких факторів як: зниження рівня втручання та перевірок підприємства органами влади, зниження податкового тягаря, відстоювання своїх інтересів та т.п. Через те, що в Україні ще є мало розвиненими форми та механізми ефективної взаємодії влади і бізнесу, ТПП України варто робити акцент саме на цій функції даної неприбуткової організації. Торгово-промислова палата також здатна виконувати інноваційну функцію в розвитку економіки, акумулюючи й аналізуючи передовий досвід, розробляючи пропозиції щодо вдосконалення законодавства, сприяючи обміну досвідом між

підприємцями з України та з інших країн.

В свою чергу, в умовах інформаційної глобалізації, ТПП України, для розвитку зовнішньоекономічних зв'язків в інтересах національної торгівлі та промисловості, виступає ініціатором створення змішаних торгових палат, рад, поступово вирішує питання по відкриттю зо кордоном своїх представництв. Відбувається розвиток зв'язків з палатами Німеччини, Італії, Туреччини, Польщі, Словаччини та інших країн.

Підсумовуючи вище сказане можна зазначити, що за умов інформаційної глобалізації та інтернаціоналізації підприємства мають можливість, на власний погляд, використовувати різні види міжнародної діяльності на різних ринках та сегментах, в залежності від їх виробничо-комерційних можливостей і прагнень. Але, зазвичай компанії власну міжнародну діяльність, як правило, починають ще на національному ринку, а потім вже поступово підвищують рівень інтернаціоналізації та послідовно ускладняють управлінські функції забезпечення виробничо-комерційної діяльності в міжнародному економічному просторі, саме на цій стадії ТПП повинні відігравати головну роль, як консультативної організації для виходу компанії на зарубіжний ринок.

Отже, завдяки розвитку інформаційної глобалізації, світове господарство починає переформатування із цілісної економічної системи в єдиний економічний організм, що є наслідком не лише міжнародним поділом праці, але й з розвитком міжнародної фінансової системи та планетарною інформаційною мережею. Саме інформаційні складові в наш час відводиться особлива роль в процесах глобалізації.

В цілому інформаційна глобалізація та цифровізація стає головним стимулом інформаційної революції, яка в свою чергу є вирішальним фактором соціального та економічного розвитку сучасного суспільства. І в цих умовах те суспільство, яке не стало на шлях інформатизації та радикальної трансформації на її основі господарської та інших сфер життєдіяльності, приречене на відставання та поступову деградацію. Таким чином суб'єктам міжнародного бізнесу є життєво необхідним дотримуватися тенденцій

інформаційної глобалізації, щоб бути максимально конкурентоздатними та готовими до змін світового ринку.

2.3 Оцінювання діяльності Харківської ТПП в контексті інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу

Сьогодення потребує відносно великого темпу розвитку інформатизації для ведення бізнесу та для взаємодії з суспільством навколо цієї діяльності. Буде доречним зазначити, що основною для успішного та ефективного ведення бізнесу, з подальшою перспективою його розвитку, є інформаційний ресурс.

На етапі зрілості будь-якої організації або компанії, головною метою є забезпечення та закріплення позицій на ринку, через що їй є необхідним отримання сукупної оперативної комерційної інформації. Головну роль в цьому процесі може відігравати та відграє підтримка від ТПП, яка за рахунок наданого інформаційного ресурсу, допомагає керівництву компанії в обґрунтовуванні поточних управлінських рішень в сфері збуту, ціноутворення, матеріально-технічного постачання, позицій конкретних товарів на ринку та т.п.

Розглянемо детальніше, на прикладі діяльності Харківської ТПП, яку інформаційну підтримку підприємцям надають регіональні ТПП України. Для більш детального дослідження інформаційної підтримки з боку Харківської ТПП, доцільно буде розділити її на консультаційну інформацію, яка в тому числі може надаватися з різних організаційних заходів, та ділову інформацію, як безпосередньо входить до основних послуг організації для її членів.

В рамках консультаційної інформації, Харківська ТПП може проконсультувати та проінформувати за такими напрямками:

- правові питання зовнішньоекономічної діяльності та її практичної організації;

- різні питання господарської діяльності підприємств;
- питання валютного, тарифного і нетарифного регулювання у зовнішньоекономічній діяльності;
- комерційні позиції вітчизняних та іноземних фірм;
- тренди, ділові зустрічі, конференції, семінари, виставки, ярмарки, які проводяться в Україні та за кордоном.

Виходячи з останнього пункту, варто зазначити, що Харківська ТПП розуміє, що в умовах жорсткої конкуренції, «інформаційного штурму», дуже важливим стає ефективність подій які допоможуть бізнесу розвиватися. Через що, Харківська ТПП надає можливість для створення якісних майданчиків для проведення організаційних заходів, наприклад:

- Проведення національних і міжнародних виставок-ярмарок у Харкові;
- Участь українських підприємств у виставках-ярмарках в Україні та за кордоном;
- Семінари і презентації для українських та іноземних підприємств;
- Проведення тендерів по закупівлі товарів та послуг;
- Пошук інвесторів;
- Розміщення іміджевих статей, комерційних пропозицій і рекламних матеріалів у дурні «Вістник ТПП», на сайті Харківської ТПП [23].

Харківська ТПП виступає як майданчиком для організації та проведення організаційних заходів так і сама проводить дані заходи спрямовані на інформування та підвищення ефективності підприємств залучених до заходу.

Тепер перейдемо, на мою думку, до основних засобів інформаційної підтримки з боку Харківської ТПП, а саме до послуг з надання ділової інформації. Під терміном «ділова інформація» мається на увазі широкий спектр інформації, так чи інакше пов'язаної із веденням бізнесу. Зокрема, ділова інформація – інформація, що надається виробникам товарів та послуг з метою ефективної організації їхньої комерційної діяльності, а також

споживачам товарів та послуг, з метою оптимального вибору виробників товарів та послуг для вкладення коштів [26].

Перша інформаційно ділова послуга, яку надає Харківська ТПП, є цінова довідка та підтвердження ціни для тендерів. Інформація про рівень ціна та цінова статистика допомагає компанії зорієнтуватися в ринковій кон'юнктурі для заключення тендерної угоди чи підтвердити зміну ціни на товар або послугу за довгостроковими контрактами, для тендерних процедур та торгів.

Під час проведення компанією процедури держзакупівель або тендерів, завжди необхідно враховувати реальну ринкову ціну предмету закупки. Відсутність даної інформації збільшує можливість укладення договору за завищеним цінам або за спеціально зниженим цінам, що може привести до штрафів з боку контролюючих органів. Отримана довідка про реальний рівень цін допоможе застерегти компанію від співпраці з несумлінними партнерами та від укладення угод по навмисно заниженої ціною.

Харківська ТПП надає наступну цінову інформації:

- довідки про рівень цін на товари на ринку України та в Харківському регіоні, на світових товарних ринках та ринках окремих країн
- розрахунок зміни ціни на поточний період порівняно з минулим;
- довідки про відпускні ціни виробників товарів та послуг;
- довідкові ціни на основні товари, що експортуються з України чи імпортуються до України;
- цінова статистика, біржові ціни;
- довідки/експертні висновки про середньозважені ціни на електричну енергію.

Наступна послуга Харківської ТПП, щодо надання ділової інформації, є надання коду та доступу до інформації про коди української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (далі УКТ ЗЕД). Дана класифікація побудована на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів та Комбінованої номенклатури Європейського Союзу та використовується

Митними органами України для кодування товарів при митному оформленні. УКТ ЗЕД є невід'ємним доповненням до Закону України «Про митний тариф України» від 04.06.2020 року № 674-ІХ, який набрав чинності з 03.06.2020 року

За допомогою правильного визначення коду УКТ ЗЕД компанії можуть:

- уникнути помилок у розрахунку платежів при митному оформленні,
- своєчасно врахувати всі необхідні вимоги щодо сертифікації товару та дозвільних документів на нього,
- правильно провести аналіз ринку, умови доступу, аналітику вимог.

Якщо компанія займається розробкою нового товару, то за допомогою консультації з коду УКТ ЗЕД, на стадії впровадження продукту у виробництво, надає можливість скоригувати майбутній товар для більш вигідного його просування та подальшої успішної реалізації на нових ринках.

Харківська ТПП за запитом від компанії оформляє на необхідний товар експертний висновок із зазначенням коду ЗЕД, який компанія може використовувати у своїй подальшій діяльності на зовнішньому та внутрішньому ринку.

Також, важлива ділова інформація, яку надає Харківська ТПП, є код державного класифікатору продукції та послуг (далі ДКПП) та перевірка відповідності коду класифікації видів економічної діяльності (далі КВЕД).

ДКПП це систематизоване зведення назв угруповань продукції та послуг. Дана класифікація призначена для використання органами державного управління, фінансовими органами та статистики. ДКПП являє собою в Україні складову частину Державної системи класифікації та кодування техніко-економічної та соціальної інформації. Класифікатор розроблений з відповідністю до постанови Кабінету Міністра України від 04.05.93 р. №326 «Про концепцію побудови національної статистики України та Державну програму переходу на міжнародну систему обліку та статистики». Об'єктом класифікації в ДКПП є товари та послуги, створені за результатами всіх видів

економічної діяльності [3].

При правильному визначенню коду за ДКПП, компанія може одразу правильно обрати набір вимог щодо виробництва продукції, знати конкретне формулювання предмету угоди під час укладання контрактів та правильне заповнення податкової накладної. Дану ділову інформацію є важливо отримати на початковому етапі планування виробництва продукції, щоб уникнути ризиків та проблем в майбутньому, під час реалізації продукції.

В свою чергу, КВЕД є складовою частиною Державної системи класифікації і кодування техніко-економічної та соціальної інформації в Україні. Через це код ДКПП на послуги, які надає підприємство, повинен відповідати кодам КВЕД, що прописаний в видах діяльності організації. Харківська ТПП допомагає клієнтам встановити дану відповідність та уникнути в майбутньому проблем з регулюючими органами.

Ще одна послуга інформаційної підтримки, яку надає Харківська ТПП, є довідка про наявність чи не наявність виробників - довідка про «єдиного виробника». Дана довідка являє собою документ про наявність чи відсутність на території України виробників товарів чи послуг, який дає можливість брати участь у переговорній процедурі (проведення закупівлі в одного учасника) у разі відсутності конкуренції на продукцію/послугу на території України.

Під час обробки запиту з боку клієнта Харківської ТПП, співробітники відділу ділової інформації здійснюють маркетингове дослідження українського ринку з предмету присутності або відсутності в Україні виробників визначених видів товарів або послуг. Компанія, яка по запиту отримує інформаційно-аналітичну довідку про наявність або відсутність виробників товару на території України, має можливість уникнути порушення дійсного законодавства сфері держзакупівель.

Наступною послугою інформаційної допомоги, що надається Харківською ТПП в рамках ділової інформації, є інформаційно-фактографічна довідка. Фактографічна довідка - це коротка довідка, складена за конкретним запитом для отримання потрібної ділової інформації: статистичних,

економічних, фінансово-валютних даних та показників, інформаційних ресурсів тощо.

Дана довідка використовується в тих ситуаціях, коли необхідно, щоб незалежна експертна організація, наприклад як ТПП, підтвердила повноваження підприємства як офіційного, ексклюзивного чи єдиного дистриб'ютора чи дилера закордонної компанії на ринку України. В даному випадку, відділ ділової інформації Харківської ТПП видає довідку чи витяг, де є прописаним повноваження українського партнера.

За рахунок підтвердження, від ТПП для компанії, статусу дистриб'ютора чи дилера, дозволяє брати участь в переговорній процедурі публічних закупівель в тому випадку якщо товар або послуга, яку компанія реалізує, не виробляється іншими підприємствами на території України, а також прискорить прийняття рішень щодо укладання комерційної угоди с потенційним партнером.

Співробітник відділу ділової інформації Харківської ТПП збирають та надають будь-яку комерційну інформацію, яка є необхідної для ефективного ведення бізнесу. Компанії клієнти отримують якісну, актуальну, достовірну та найбільш повну інформацію, що допоможе працювати ефективніше.

Останню з головних послуг надання ділової інформації, від Харківської ТПП, є бізнес-довідка про підприємство. В сучасності підприємці потребують доступ до нових ринків, інформації про виробників товарів та послуг як в Україні, так і за кордоном. Для виконання поставленого завдання спеціалісти відділу ділової інформації Харківської ТПП складають бізнес-довідку про підприємство. Беручи за основу актуальні відомості, які включає дана довідка, компанія може дати оцінку компанії, на яку замовлялася довідка, з точки зору можливої співпраці. Також співробітника Харківської ТПП допомагають відшукати на певному ринку необхідну компанію, отримати актуальні відомості про неї та налагодити контакти для майбутньої спільної діяльності.

Вище перелічені послуги надаються в кожній регіональній палаті, які підпорядковуються ТПП України. В свою чергу, ТПП України має інформацію

про всі послуги, які надаються регіональними палатами, та має відповідну статистику, яка наведена в табл. 2.2 [17 с.11].

Таблиця 2.2

Звітність ТПП України про надані послуги в 2020 р.

Надана послуга	Кількість зафіксованих послуг, шт.
Оформлення висновків про походження, виданих на замовлення експортерів	
Видання сертифікатів про форс-мажорні обставини	
Отриманих звернень про форс-мажорні обставини	
Надання юридичних послуг та консультацій	
Запити від українських та іноземних замовників на отримання довідково-інформаційних і консультаційних послуг	
Надання послуг з експертизи, оцінки та довідкової цінової інформації	
Засвідчення документів комерційного характеру, пов'язаних із ЗЕД	

Аналізуючи отриману інформації з табл. 2.2, можна зазначити, що ТПП України в які входять регіональні ТПП, в тому числі Харківська ТПП, мають більше всього запитів та надають послуги в напрямку інформаційної підтримки, а саме надання юридичних та консультаційних послуг, надання послуг з експертизи, оцінки та довідкової цінової інформації та оформлення висновків про походження. З цього аналізу можна сказати, що ТПП України користуються попитом та довірою від підприємців України, в області інформаційної підтримки.

Безумовно, на практиці підприємницької діяльності, компанії мають потреби більш різноманітної та неоднозначної інформації. В цілому, можна зазначити, що для компанії майже неможливо отримувати всю необхідну інформацію, з усіма деталями, в повному обсязі та на великому проміжку часу, тобто цей ресурс можна назвати повністю незаповнюваним для компанії. Але, необхідні інформаційні потреби всіх етапів життєвого циклу підприємницької діяльності, може заповнювати інформаційні підтримка з боку ТПП України, що допомагає сформувати механізм організації та налагодити власне

функціонування систем інформаційного забезпечення для компанії.

Висновки до розділу 2

До висновків другого розділу можна віднести:

1. Проаналізовано та надано характеристику Харківській ТПП, як організації по підтримці підприємницької діяльності. Харківська ТПП має достатньо можливостей для ефективної діяльності щодо підтримки міжнародного бізнесу. Організація є недержавною та неприбутковою, яка функціонує на основі самоврядування. Завдяки багатолітньому досвіду Харківська ТПП допомагає, членам ТПП та клієнтам, знаходити іноземних партнерів, бути в курсі тенденцій міжнародного бізнесу та отримувати перспективу виходу на зарубіжні ринки. В цілому, Харківська ТПП є затребуваною в Харківському регіоні, та повністю виконує поставлені цілі та завдання, щодо підтримки та стимулювання підприємницької діяльності в Україні.

2. Визначено тенденції міжнародного бізнесу в умовах інформаційної глобалізації та роль ТПП в даному процесі. Інформаційна глобалізація спричиняє та стимулює поширення міжнародного бізнесу, який в свою чергу впливається та стає частиною єдиного світового економічного простору. Роль ТПП, в підтримці міжнародного бізнесу, є надання консультацій та необхідної інформації, за для успішного виходу підприємства на міжнародний ринок. ТПП є супутником для компанії в міжнародному просторі, не тільки під час розвитку та набування досвіду, а й на всьому шляху діяльності компанії. Тенденції розвитку міжнародного бізнесу вимагають інтегруватися компанії в інформаційну глобалізацію, для того щоб мати максимально конкурентоздатну позицію та не бути залежним від стрімких змін світового ринку.

3. Проведено оцінку діяльності Харківської ТПП, в рамках

інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу. Визначено, що Харківська ТПП ефективно надає інформаційну підтримку, яку можна поділити на дві частини, це консультаційна інформація та ділова інформація. Визначено, що саме інформаційна підтримка є головною потребою у більшості членів та клієнтів Палати. Харківська ТПП, майже в повній мірі може повністю надавати інформаційну підтримку клієнтам, на всіх етапах життєвого циклу підприємства в міжнародній економічній діяльності.

РОЗДІЛЗ. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ХАРКІВСЬКОЇ ТПП ЩОДО ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ СУБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Все частіше керівництво підприємств задається питанням, щодо доцільності залучення та використання інформаційної підтримки для підвищення власної конкурентоспроможності, через поширення науково-технічного прогресу та розвитку ринкових відносин. З причини того, що достатня кількість підприємців не мають можливості самостійно забезпечити себе необхідною інформацією тим більш не знають куди звертатися за довідковою та консультаційною інформацією, то постає питання визначення шляхів та напрямків вдосконалення інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу та підвищення їх конкурентоспроможності за рахунок цього.

На даний момент, кожний підприємець розуміє вирішальний вплив та можливості розвитку міжнародного бізнесу та його суб'єктів на стан економіки України. Майже повністю є визначена роль міжнародного бізнесу - як головної перспективи розвитку вітчизняних виробників, що є одним з головних інструментів формування економічних результатів діяльності суспільства на всіх його рівнях, починаючи з макrorівня. Але, досі існує проблема, яка в багатьох випадках є вирішальною за для просування та закріплення на міжнародних ринках вітчизняних компаній, а саме це є дефіцит інформаційної підтримки.

Таким чином, ефективна і конструктивна діяльність суб'єктів міжнародного бізнесу в сучасних складних умовах майже неможлива без чинної інформаційної підтримки, впровадження інноваційних механізмів координації, контролю та регулювання. Тобто виникає проблема щодо потреби в організації, яка буде координувати, досліджувати, впроваджувати, адаптувати та надавати інформаційну підтримку суб'єктам міжнародного

бізнесу, напротязі всіх етапів або окремого етапу життєвого циклу підприємства. Стати такими організаціями в нашій країні можуть стати регіональні ТПП України. Дані організації мають всі ресурси включаючи досвід, для надання ефективної інформаційної підтримки суб'єктам міжнародного бізнесу.

Виклики міжнародної економічної діяльності, вимагає нові підходи до інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу, досконаліші методи її надання, якість, технологічне забезпечення, що підвищують ефективність функціонування вітчизняного бізнесу на міжнародному ринку. «Інформаційна підтримка реалізується в контексті формування інформації (про внутрішнє та зовнішнє середовище) як структурованої сукупності обліково-аналітичних процедур, яка включає у себе певну частину інформаційної бази, методи її рекласифікації, перегрупування, узагальнення та обробки, побудованої за принципом найбільшої адаптованості до специфіки діяльності суб'єкта господарювання, релевантності до прийняття рішень та інноваційності. При цьому інтеграція інформації із відповідними елементами проблеми та контекстом конкретного підприємства дозволяє виявити найбільш цінну для осіб, що приймають рішення, інформацію, у тому числі й оцінити альтернативні варіанти вирішення проблеми. інформація об'єднує управління, людей, процеси, технології, які розглядаються як єдина система, а не тільки як окремі елементи» [11, с. 201].

Як було зазначено в попередньому розділі, на даному етапі функціонування ТПП надає інформаційну підтримку у рамках консультацій та ділової довідкової інформації, але міжнародний бізнес в Україні потребує більш детальної та професійної підтримки, в плані порад, планування, обирання напрямків розвитку та вирішення проблем діяльності бізнесу. Тобто суб'єкти міжнародного бізнесу мають потребу в інформаційному консалтингу.

На даному етапі розвитку, регіональні ТПП, наприклад Харківської ТПП, поступаються професійним консалтинговим компаніям, в рамках надання інформаційної підтримки, щодо планування, управління та вирішення

проблем бізнес діяльності. Варто зазначити, що інформаційний консалтинг - вид консультаційної діяльності, пов'язаної з аналізом документальних потоків, прогнозуванням ринку, пошуком нових можливостей розвитку бізнесу і ринків збуту, здійснюваною на основі збирання і аналізу ділової і науково-технічної інформації [22].

З даного визначення, можна побачити, що такі ресурси, для надання інформаційного консалтингу, як документальні потоки, інформація щодо стану певного ринку, доступ до ділової та науково-технічної інформації є в достатній мірі доступними регіональним ТПП. Звичайно, будь який консалтинг, є діяльністю що передбачає отримання доходу від виконаного консалтингового замовлення. Але Харківська ТПП та інші регіональні ТПП можуть здійснювати дану діяльність в рамках разової підтримки членів ТПП, тендерів на конкурсній основі та на замовлення державних органів.

Варто зазначити, що Харківська ТПП вже надає певні консалтингові послуги, а сама експортний консалтинг. Акцентуючи увагу на тому, що ведення бізнесу у вітчизняних реаліях є не легкою справою, саме тому Харківська ТПП здійснює свою консалтингову діяльність, щоб сприяти бізнесу та створювати умови для його розвитку.

Харківська ТПП, в рамках експортного консалтингу використовує низку інструментів, які допомагають не витратити зайвих зусиль та часу на підготовку та оформлення зовнішньоекономічної діяльності, вирішення питань на внутрішньому ринку, а також не витратити ресурси на те, щоб навчатися на власних помилках. Фахівці Харківської ТПП щодня співпрацюють з багатьма бізнесами, тим самим надавати рішення на основі акумульованого досвіду заради благополуччя та розвитку українського бізнесу

В такому ключі, є перспективним рішення, щодо створення в Харківській ТПП відділу інформаційної підтримки з експертною оцінкою компанії клієнтів, її можливостей та перспектив, ринку на який планує просуватися компанія або на якому в неї виникли проблеми та питання, та

певних експертів, які зможуть слідкувати за діяльністю компанії на рівні консалтингового консультанта, до виконання або перегляду узгодженого раніше плану. Важливо встановити з клієнтом стабільний та своєчасний канал інформування, через який компанія замовник зможе отримувати актуальну інформацію та консультації, щодо діяльності підприємства.

Призначення та завдання інформаційного консалтингу, в рамках інформаційної підтримки з боку Харківської ТПП, зумовлюють наступні вимоги до нього, які представлені на рис 3.1



Рис. 3.1 Вимоги щодо інформаційного консалтингу від Харківської ТПП

З вище зазначених можливостей та вимог від діяльності відділу

інформаційної підтримки з боку Харківської ТПП, щодо інформаційного консалтингу, можливо скласти наступний перелік послуг інформаційного консультування:

- Розробка стратегії інформаційного забезпечення;
- Розробка інформаційних рішень, пристосованих до індивідуальних потреб замовника;
- Підготовка інформаційно-аналітичних оглядів конкретних ринків, галузей та підприємств;
- Надання бізнес-довідок про потенційних партнерів по бізнесу;
- Створення і ведення баз даних.

Даний вид інформаційної підтримки особливо потребує кваліфікованих спеціалістів з можливостями якісно надати підтримку клієнтам та членам Харківської ТПП, тому дані співробітники повинні відповідати та дотримуватись наступних вимог:

1. Загальні ерудиція та компетентність. Консультанти які практично надають підтримку мають володіти не лише високим рівнем знань, досвіду, навичок та спеціальної компетенції, а й інтелектуальними та особистими рисами, від який в головній мірі залежить успішна робота.

2. Незалежність та неупередженість. Через власну економічну, емоційну, адміністративну незалежність, консультанти працюючи з клієнтом, надають необхідні об'єктивні рішення, я не мають впливу на їх власні інтереси.

3. Рекомендаційність пропозицій. Консультанти не мають права нав'язувати певне рішення, через що не володіють адміністративною владою і виступають радниками запропонованих рішень або змін. Прийняття рішення та відповідальність за його наслідки несуть керівники та менеджери організації яка звернулася за підтримкою.

4. Спеціальна кваліфікована експертиза. Консультантам необхідно часто виступати як незалежним оцінювачам рішень клієнта, на основі комплексу накопичених знань та досвіду.

5. Конфіденційність. Дотримання інформаційної безпеки гарантує

клієнту, що інформація щодо проблем даної організації не вийде за її межі.

Саме допомога з боку консультантів є обумовленою не тільки їх знаннями, методологічними підходами та аналітичними вміннями, які можуть допомогти з боку консультанта до клієнтської організації, а і тим, що окремо залучені консультанти надають допомогу менеджерам орієнтуватися в складних умовах прискорення технологічних змін, швидко зростаючої ділової активності з метою допомоги розвитку компанії.

Створення даного відділу інформаційного консультування в Харківській ТПП буде спрямоване на вирішення проблем, які виникають у замовника в управлінні різними процесами, пошуку та надавання інформації для допомоги в прийнятті ефективніших управлінських рішень в веденні міжнародного бізнесу. Рішення прийняті за рахунок допомоги інформаційного консалтингу будуть здатні принести прибуток, вийти на новий ринок, покращити існуюче становище компанії та надати їй більш високий рівень розвитку.

Надання послуг інформаційного консультування, в рамках підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу буде проходити за певними етапами, варто розглянути далі детальніше кожен з етапів [10, с. 6].

Ознайомлення перед замовленням – на етапі даного ознайомлення консультанти будуть тільки починати роботу з клієнтом, будуть встановлюватися перші контакти, обговорювати проблеми та бажані зміни в організації клієнта, описуватися можливі варіанти допомоги від консультанта, будуть визначатися ролі консультанта та клієнта. Саме цей перший обмін інформацією стане основою аналізу проблеми, як наслідок формулювання плану проекту, а також узгодження на яких умовах буде укладений контракт на надання інформаційно-консультаційних послуг.

Даний етап служить підготовкою та плануванням, під час якого буде закладатися фундамент всієї подальшої роботи, через те що взаємовідносини, які складуться між консультантом та клієнтом, та якісь виконаної концептуальної роботи на самому початку консультування, матимуть сильний вплив на успішність виконання наступних етапів.

Наступним етапом має стати діагностика, у процесі якої проводиться максимально ретельне дослідження проблеми. Під час даного етапу, клієнт та консультант мають спільно вирішити, яких змін варто провести, якою буде мета цього проекту, які будуть результати даних змін та що потрібно зробити і витрати для досягнення даної перспективи. Яку саме інформаційну підтримку потребує клієнт: довідкову, науково-технічну чи організаційну, тобто ту яка повинна допомогти досягати та закріпити раніше визначені зміни?

Тим самим визначення того, яка інформація є важливою та необхідною, а яка суттєво не впливатиме на виконання плану, додає детальності про найбільш необхідні для дослідження аспекти проблеми. Визначення головних факторів проблематики, зумовлює якісь та актуальність можливих рішень. Більш того, під час розмов та збирання інформації консультанта вже починатиме корегувати діяльність організації клієнта. Також варто дотримуватися розумних меж в пошуку інформації, не витратити зусилля та важливий час на необумовлену та незмістовну інформацію.

Третім етапом має стати планування дій, яке буде націлене на розробку та пошук шляхів вирішення проблеми. Має проводитися робота та плануванням одного або декількох рішень, з альтернативними сценаріями дій, відбуватимуться розрахунки та оцінки можливих варіантів, повинна буде складена ретельна розробка щодо надання інформаційної підтримки, джерел, строків та об'єму інформації, яка допоможе в проведенні змін та прийняття клієнтом рішень. В цьому аспекті має бути сформована стратегія інформаційної підтримки, яка на тактичному рівні сприятиме проведенню змін.

Далі має відбуватися наступний етап, в саме впровадження запланованих дій, четвертий етап процесу консультування. На даному етапі буде відбуватися реальне випробування пропозицій, які попередньо були розроблені консультантом та клієнтом, на впливовість та ефективність.

Через те що на етапі планування є неможливим детально спрогнозувати реакцією самої системи організації на зміни, зв'язки, події або ставлення

людей до змін, а результати етапу впровадження часто відрізняються від запланованих результатів, необхідно проводити ретельний моніторинг змін, керування ними та при необхідності корегування. Через необхідність точно враховувати дані фактори, обумовлюється причина безпосередньо доступу консультанта до впровадження змін та рішень в організації.

Останній етап надання послуг інформаційного консалтингу є завершення, даний заключний етап має кілька операцій. Проведена робота та результати отримані від діяльності консультанта, підходів які він використовував та реалізовані зміни, буде оцінюватися клієнтом та Харківської ТПП. На даному етапі будуть підсумовуватися та обговорюватися отримані результати, внаслідок успішності яких врегульовуватимуться взаємні зобов'язання. Після закінчення даних операцій, в рамках інформаційної підтримки, проект інформаційного консалтингу буде вважатися завершеним, дане рішення виводиться за спільною згодою, внаслідок якої консультант залишає суб'єкта міжнародного бізнесу.

Вітчизняний міжнародний бізнес слабо пристосований до конкуренції міжнародних ринків та потребам міжнародних клієнтів. Регіональні ТПП одним з головних завдань мають надання підтримки вітчизняному бізнесу, а вже сам вітчизняний бізнес має потребу в чинній інформаційній підтримці, яка буде підсилювати та покращувати його конкурентні переваги на міжнародній арені. В даному ключі саме інформаційний консалтинг від ТПП може покращити положення вітчизняних компаній на міжнародному ринку. Дана підтримка має ряд переваг, а саме доступність майже всім вітчизняним суб'єктам міжнародного бізнесу, найактуальніша інформація від ТПП, постійне та безперервне отримання компанією необхідної інформації та впровадження в діяльність компанії багатолітнього досвіду фахівців та експертів ТПП.

Отже, з вище зазначеного, можна прогнозувати, що впровадження інформаційного консалтингу в рамки інформаційної підтримки від Харківської ТПП, має стати перспективною послугою, яка значно покращить позиції

вітчизняних суб'єктів міжнародного бізнесу на глобальному ринку. На даному етапі розвитку в регіональних ТПП, тим більше в Харківській ТПП, є всі можливості та ресурси для якісного надання даного виду інформаційної підтримки.

Висновки до розділу 3

До висновків даного розділу слід віднести те, що була проведена оцінка можливостей Харківської ТПП, щодо впровадження покращень інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу. Даним напрямом удосконалення інформаційної підтримки має перспективи стати інформаційний консалтинг. За рахунок можливостей та ресурсів Харківської ТПП, інформаційний консалтинг має перспективи до розвитку в даній організації.

Було детально описано, яким чином буде надаватися послуга інформаційного консалтингу, вимоги, етапи та види послуг. Головними факторами, від яких буде залежати кінцевий результат даної послуги, є компетентність та професійність консультанта, встановлення безперервного контакту з суб'єктом міжнародного бізнесу та безперервний пошук, аналізування та представлення актуальної інформації.

Зазначено що вітчизняні суб'єкти міжнародного бізнесу на даний момент як ніколи потребують якісної допомоги в рамках інформаційної підтримки. За допомогою якісної інформаційної підтримки з боку регіональних ТПП вітчизняні компанії можуть збільшити свою конкурентоспроможність та упевненість на глобальній арені бізнесу. Саме інформаційна підтримка з боку досвідчених спеціалістів є головним фактором в впевненому закріпленні вітчизняної компанії на міжнародному ринку.

ВИСНОВКИ

У бакалаврській роботі було розглянуто та проаналізовано актуальність і проблематику інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу з боку Харківської ТПП. Важливість інформаційної підтримки суб'єктів міжнародного бізнесу можна звести до опису Г.М. Калетнік, він стверджує, що «не одержана вчасно інформація, або її відсутність можуть стати основою краху не тільки запланованих заходів, а навіть фірми, наслідки цього можуть бути катастрофічні. В процесі аналізу, планування і управління, контролю постійно потрібна інформація» [11, с. 185]. Головні висновки та отримані результати, отримані в ході аналізу та досліджень, можна звести до наступних пунктів.

ТПП України доцільно відносити до інституції підтримки підприємництва. Дана організація є неурядовою, некомерційною автономною організацією, яка реєструє українських юридичних осіб та громадян як підприємців та створює асоціації на добровільній основі. Як інституція підтримки підприємництва ТПП України допомагає в вирішенні задач та оптимізації бізнесу, а саме поліпшення ефективності застосування матеріальних, фінансових та інших ресурсів на базі об'єднання старань і засобів, організації колективної діяльності, кооперації, а крім того проведення інших заходів виробничого та підприємницького характеру.

2. ТПП України в великій перспективі використовує іноземний досвід, а саме проаналізувавши всі моделі функціонування ТПП світу використовує власну модель функціонування. Взявши за основу континентальну та англосаксонську модель функціонування ТПП була створена змішана модель. З континентальної моделі ТПП України використовує такі фактори як, створення спеціального законодавства, яке регулює діяльність палати та закріплює офіційний статус. В свою чергу, від англосаксонської моделі ТПП України дотримується правил вільного членства в даній організації.

3. Харківська ТПП як регіональна організація ефективно виконує власні функції та завдання. Дана організація надає широкий спектр послуг в першу чергу малому та середньому бізнесу. На основі власного історичного досвіду та успішності власної діяльності Харківська ТПП ефективно надає підтримку суб'єктам міжнародного бізнесу. Визначено, що Харківська ТПП в повному обсязі виконує завдання, узгодженні ТПП України, у власному регіоні та має потенціал для покращення підтримки власних членів.

4. Ключовою тенденцією інформаційної глобалізації для суб'єктів міжнародного бізнесу є цифровізація. Дотримання даної тенденції є одним з головних факторів конкурентоспроможності на будь-якому ринку. Саме цей процес цифровізації диктує головні тенденції діяльності та розвитку міжнародного бізнесу. Дотримання тенденцій даного процесу є запорукою успішного розвитку компанії в майбутньому.

5. Харківська ТПП надає два види інформаційної підтримки для суб'єктів міжнародного бізнесу, а саме консультаційну інформацію та ділову інформацію. Консультаційна інформація надається в рамках персональних консультацій, ділових зустрічей та організаційних заходів. Ділова інформація надається з ресурсів та можливостей Харківської ТПП, щодо довідкової інформації за різними базами даних пов'язаних з підприємницькою діяльністю. Харківська ТПП в повній мірі виконує завдання щодо надання вище зазначеної інформації, а сама інформація достатньо користується попитом серед членів ТПП.

6. Стан сучасного вітчизняного міжнародного бізнесу слабо пристосований до активної діяльності на міжнародному ринку. Головна проблема полягає в дефіциті на якісну та своєчасну інформаційну підтримку. Для вирішення даної проблеми необхідні спеціалізовані організації, в перспективі яких можуть стати регіональні ТПП.

7. Інструментом вирішення даної проблеми має стати інформаційний консалтинг від регіональних ТПП України. Інформаційний консалтинг має чіткі вимоги щодо ефективного надання інформаційної підтримки. Описані

основні послуги які будуть надаватися в рамках даної підтримки та основні вимоги до консультантів даного відділу ТПП. Інформаційний консалтинг, для отримання очікуваних результатів, повинен виконуватися згідно з зазначеними етапами. Харківська ТПП на сучасному етапі має в гарній перспективі розпочати надання даної послуги, щодо інформаційної підтримки, яка допоможе вітчизняним суб'єктам міжнародного бізнесу впевнено діяти на міжнародному ринку та поліпшувати стан національної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України від 17.03.2020 «Про торгово-промислові палати в Україні» // Відом. Верх. Ради України, 1998. – № 13.
2. Закону України від 04.06.2020 «Про митний тариф України» № 674-IX // Відом. Верховної Ради, 2020, № 42, ст.344
3. Постанова Кабінету Міністра України від 04.05.93 р. №326 «Про концепцію побудови національної статистики України та Державну програму переходу на міжнародну систему обліку та статистики»
4. Александрова Б. В. ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВІ ПАЛАТИ В УКРАЇНІ ЯК ІНСТИТУЦІЇ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА: дис. докт. ек. наук : 08.00.03 / Александрова Богдана Вадимівна — Дніпропетровськ, 2016. — 251 с.
5. Александрова Б. Представництво інтересів як функція впливу на формування державної політики: світовий досвід / Б. Александрова // матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання соціально-економічного розвитку держави, регіону та підприємництва», 27-28 листопада 2015 р. — Львів, 2015. — С. 31-33.
- Багров Н. В. География в информационном мире : научное издание / Н. В. Багров. - К. : Либідь, 2005. – 181 с.
7. Глобальна економіка ХХІ століття: людський вимір: монографія. К. : КНЕУ, 2018. 420 с.
- Гурняк І. Л. Торгово-промислові палати у системі зовнішньоекономічних зв'язків України: дис... канд. екон. наук: 08.05.01 / Українська академія зовнішньої торгівлі. – К., 2004. – 215 с.
9. Інституції підтримки підприємництва: концепція, особливості, діяльність. – Центр громадської експертизи, Представництво Фонду Фрідріха Науманна в Україні, Програма USAID «Лідерство в економічному врядуванні», 2016. – 176 с.

10. Игуменцева Н.В. Особенности формирования кадрового потенциала в консалтинговом бизнесе // Вісник. Харків, 2002. №564. 378-381 с.

11. Калетнік Г.М., Ціхановська В.М., Ціхановська О.М. Менеджмент та маркетинг: навчальний посібник. Київ: «Хай-Тек Прес». 2011. 580 с.

Кокоріна В.І. Імперативи розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації / В.І. Кокоріна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. - № 3. – С. 67-73

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.-екоп. ун-т, 2008. – с.

Лук'яненко Д.Г., Поручник А.М., Колот А.М. Глобальна економіка ХХІ століття: людський вимір : монографія / Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, А.М. Колот [та ін.] ; заг. ред. д-ра екоп. наук, проф. Д.Г. Лук'яненка та д-ра екоп. наук, проф. А.М. Поручника. К. : КНЕУ, 2008. – 420 с.

Науменко С. В. Регіональна палата – ключ до нових ринків / С. В. Науменко // Діловий вісник. – 2003. – № 4 (107). – С. 22 – 23.

16. Омельченко А. Правовий статус Торгово-промислової палати України як суб'єкта недержавного управління зовнішньо-економічною діяльністю / А. Омельченко // Юридична Україна : Правовий часопис. – 2013/2. – № 8. – С. 71–

17. Торгово-промислова Палата України / Система ТПП в Україні в 2020 році. - м. Київ, 2021. - 25 с.

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

19. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>.

20. Відкрита база даних «Опендатабот» Харківської ТПП – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://opendatabot.ua/c/02944768>

21. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

22. Інформаційний консалтинг – [Електронний ресурс]. – Режим д

о 23. Каталог провідних підприємств України / Харківська торгово-промислова палата – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

т 24. Малый бизнес: зарубежный опыт [Електронний ресурс]. – Режим

у доступу : <http://cci.crimea.ua>

у 25. Про торгово-промислову палату України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uccr.org.ua/about>

Н 26. Про Харківську ТПП – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

У Р 27. Сайт Головного управління статистики у Харківській області. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.kh.ukrstat.gov.ua/>

Е L 28. Система ТПП в Україні у 2020 році – [Електронний ресурс]. – Режим Д

В 29. Торгово-промислові палати України та країн СНД [Електронний К ресурс]. – Режим доступу : <http://books.br.com.ua/>

Т 30. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

П 31. Україна 2030 – країна з розвинутою цифровою економікою у Р

Е 32. Цифрова агенда України (Цифровий порядок денний 2020) [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

/ е

к

і

т

33. Bob Harris. 1776 Association Management Principles [Електронний р
е
Кulchitska, V. Lobanova, S. Pantsyr, K. Riznychenko. — Developed on request of
kraine, 2015. — 22 p
35. Trends in Chamber Operations 2014. – ACCE’s 11th Annual Edition /
Institute for Organizational Management U.S. Chamber of Commerce Foundation.
† 2015. – Washington DC. – 47 p.

B 3
7

H
E
H
F
P
B
e
a
n

S
H
S
i
P
E
E
E
r
A
S