

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО КЛІМАТУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ

ЗБІРНИК

матеріалів Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

(м. Полтава, 28 березня 2024 року)

**Полтава
2024**

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

**ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА
ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ
МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО КЛІМАТУ ТА
ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ**

ЗБІРНИК

матеріалів Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції

(м. Полтава, 28 березня 2024 року)

**Полтава
ПУЕТ
2024**

*Шубін Д. А., магістр;
Пузирьова П. В., д-р. екон. наук, доц.
Київський національний університет
технологій та дизайну,
м. Київ, Україна*

СТРАТЕГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ініціатива виходу компанії за кордон може виникнути з внутрішніх потреб підприємства або від пропозицій з-за кордону. У будь-якому випадку необхідно вирішити, який асортимент та обсяг продукції буде експортуватися та імпортуватися, через які канали і в які країни, і на які ринки слід перш за все спрямувати свої зусилля.

Для початку здійснення експортно-імпортних операцій підприємству необхідно визначитися з ринковою стратегією, що дозволить обрати найкращий варіант серед доступних альтернативних рішень [1; 3; 7].

Стратегія ринкової діяльності підприємства включає такі елементи:

1. Огляд фірми (визначення позиції компанії на ринку на даному етапі; аналіз переваг і недоліків фірми).

2. Прогноз майбутнього ринку (оцінка попиту та пропозиції на ринку; дослідження конкурентів та потенційних клієнтів; аналіз обсягів ринку).

3. Аналіз можливостей компанії (визначення потенційних обсягів виробництва; вивчення перспектив виходу на нові ринки; оцінка бюджетно-податкової політики; вплив внутрішньої бюджетно-податкової політики на фірму; аналіз зовнішньої бюджетно-податкової політики та її впливу на фірму; аналіз світових економічних тенденцій).

4. Розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності (формування довгострокових цілей; пошук шляхів досягнення цілей; розбиття глобальних цілей на етапи; порівняння різних варіантів досягнення цілей).

Стратегія компанії в галузі зовнішньоекономічної діяльності – це система визначених правил, заходів та методів, спрямованих на оптимізацію роботи підприємства на міжнародних ринках та досягнення стратегічних цілей компанії [2; 4; 5].

Планування стратегії виступає ключовою складовою будь-якої соціально-економічної системи, особливо в умовах ринкової економіки, де необхідно враховувати конкурентну боротьбу, потреби споживачів та інші зовнішні чинники. Планування не лише встановлює мету підприємства на ринку, але також передбачає конкретні заходи для її досягнення. В процесі планування вирішуються такі завдання: розширення ринків збуту через пошук нових сегментів; мінімізація виробничих витрат; оптимізація організації збуту; підвищення якості продукції [3; 6; 7].

При плануванні експорту та імпорту використовуються різні методи вимірювання, які включають в себе натуральні та умовно-натуральні показники. Натуральні показники, такі як тони, кілограми, метри, штуки, служать для визначення частки підприємства на ринку та відображення його виробничої спеціалізації. На їх основі розраховуються потреби у виробничих потужностях, матеріальних, трудових, енергетичних та інших ресурсах [1–4].

При здійсненні експортно-імпортних операцій підприємство може обирати різні стратегії, одна з яких – інноваційна. Міжнародні ринки є високонасиченими, тому важливим чинником успіху у конкурентній боротьбі є створення конкурентоспроможної продукції та привертання споживачів. Нові продукти повинні відрізнятися від існуючих на ринку, будь то за зовнішнім виглядом або функціями. Цього можна досягти за допомогою інновацій та інвестицій у розвиток продукту [5–7].

Стратегія диверсифікації – стратегія передбачає розширення спектру діяльності компанії шляхом освоєння нових сегментів, розширення асортименту продукції та розширення виробничих можливостей. Стратегія інтернаціоналізації – стратегія включає систематичний аналіз та вивчення міжнародних ринків. Її використання обумовлене посиленням конкуренції, затримкою на внутрішньому ринку, бажанням максимально використовувати

виробничі потужності та необхідністю розподілу ризиків, а також фінансовими перевагами. Стратегія глобалізації – стратегія орієнтована на визначення загальних характеристик ринків та цільових груп, що не залежать від особливостей окремих країн. Її основна мета – стандартизація продукції. Стратегія співпраці – зі стрімким розвитком як національних, так і міжнародних ринків, підприємствам потрібно шукати партнерів для взаємовигідного співробітництва, щоб зміцнити свої позиції на ринку та повністю використати свій потенціал [1–7].

Після розробки стратегії й аналізу міжнародних ринків та конкурентів необхідно оцінити очікувані результати при впровадженні стратегії зовнішньоекономічної діяльності компанії та порівняти їх з перспективами ведення бізнесу на внутрішньому ринку. Для визначення доцільності експортно-імпортних операцій необхідно провести аналіз показників їх ефективності, а потім порівняти їх з показниками ефективності виробництва та продажу продукції на внутрішньому ринку [1–3].

Отже, особливості організації експортно-імпортних операцій включають в себе аналіз діяльності підприємства та потенційного ринку, потребу у визначенні стратегії, вибір способу організації зовнішньоекономічних зв'язків, підписання контракту та його виконання.

Список використаних джерел

1. Жураковська І. Оподаткування експорту та імпорту послуг: автоматизація обліку та аудит операцій / І. Жураковська, Р. Сидоренко // *Економічний форум*. – 2023. – № 2. – С. 52–59.
2. Кононов І. І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю на основі моделі облікової політики експортно-імпортних операцій / І. І. Кононов // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. – 2022. – № 1. – С. 108–117.
3. Лопатовський В. Г. Стратегічні орієнтири підвищення ефективності експортно-імпортних операцій в системі забезпечення економічної безпеки підприємств / В. Г. Лопатовський, О. В. Новіцький // *Innovation and Sustainability*. – 2022. – Iss. 4. – С. 139–146.
4. Прокопишин О. С. Розроблення прогнозів експортно-імпортних операцій у системі зовнішньоекономічної діяльності / О. С. Про-

копишин // *Управління економікою: теорія та практика*. – 2020. – С. 252–260.

5. Puzyrova P. Exporting enterprises and their role in the post-war structure of Ukraine / P. Puzyrova, S. Mammadova // *Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації»* : тези доповідей, м. Київ, 7 жовтня 2022 року. – Київ : КНУТД, 2022. – С. 47–48.
6. Puzyrova P. V. Fundamentals of management and planning foreign economic activities of export-import enterprises / P. V. Puzyrova, O. V. Khaliliaeva, S. O. Okhrimenko // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2022. – № 10 (257). – С. 94–100.
7. Puzyrova P. V. Main aspects of international marketing activities of export companies / P. V. Puzyrova, N. O. Khmelevskiy, S. Mammadova // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2022. – № 7–8 (254–255). – С. 124–131.

Стрілець В. Ю. Роль державно-приватного партнерства у інтеграції бізнесу та освіти в європейський цифровий ринок	350
Тарасенко Є. Є., Франко Л. С. Зовнішня торгівля ЄС та України: виклики та перспективи	354
Шевченко Д. О., Флегантова А. Л. Особливості та роль міжнародного маркетингу для компаній на ринку креативних індустрій.....	357
Шубін Д. А., Пузирьова П. В. Стратегії організації експортно-імпортних операцій промислового підприємства.....	360

**СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН В
КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА
ПОЛІТИЧНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

Aguilar, Eduardo Enrique Irruption of an alternative horizon in Latin America in the context of global economic crises	364
James Eboka Chibueze, Artem Pozhar The nature of cooperative as a social institution	367
Nakalule Karen Arena, Artem Pozhar Economic integration of the European Union countries.....	369
Hakeem Ola-Okedeyi, Artem Pozhar Credit cooperative societies in Africa	373
Staszewska Anna, Flehantova Anna Cluster analysis of the world tourism market in the pre-quarantine and post-quarantine periods.....	376
Браженко А. В., Флегантова А. Л. Кластерний аналіз економіки азійських країн.....	382
Варуша А. Р., Стрілець В. Ю. Вплив взаємовідносин України та Польщі на глобальну економічну безпеку	386