

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра інноваційної економіки та цифрових технологій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ПІДПРИЄМСТВА»**

(за матеріалами Товариства з обмеженою відповідальністю «ПлазмаТек»,
м. Вінниця)

Здобувача вищої освіти
4 курсу, групи МЕВ-41д,
спеціальності 292

«Міжнародні економічні
відносини»
освітньої програми
«Міжнародний бізнес»

Анни ПЕРЕВЕРТЕНЬ

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Оксана МЕЛЬНИЧУК

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук,
доцент

Оксана МЕЛЬНИЧУК

Вінниця 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	3
Розділ 1. Теоретичні основи експортного потенціалу підприємства	5
1.1 Сутність та складові експортного потенціалу підприємства	5
1.2 Критерії та методи оцінки експортного потенціалу підприємства в умовах міжнародної діяльності	12
Розділ 2. Аналіз експортного потенціалу ТОВ «ПлазмаТек»	19
2.1 Організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства ТОВ «ПлазмаТек»	19
2.2 Аналіз потенціалу розширення експортних ринків збуту продукції підприємства ТОВ «ПлазмаТек»	25
Розділ 3. Перспективи та рекомендації щодо розвитку експортного потенціалу ТОВ «ПлазмаТек»	32
3.1 Оптимізація географії експорту: перспективні ринки та інструменти проникнення	32
3.2 Економічна ефективність запроваджених методів	38
Висновки та пропозиції	46
Список використаних джерел	48
Додатки	53

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах глобалізації та посилення міжнародної конкуренції експортний потенціал підприємства стає одним із ключових чинників його стратегічного розвитку та конкурентоспроможності. Для українських підприємств розвиток експортного потенціалу набуває особливого значення, адже забезпечує зростання доходів, диверсифікацію ринків збуту, впровадження інновацій та підвищення якості продукції відповідно до міжнародних стандартів. Тому дослідження цієї теми є актуальним як з теоретичної, так і з практичної точки зору, оскільки дозволяє визначити ключові напрями зміцнення позицій вітчизняних підприємств на світових ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями розвитку експортного потенціалу займалися такі дослідники, як: Дунська А. Р., Грушка А. [10], Дюжев В. Г. [11], Іщук С. О., Созанський Л. Й. [15], Скопенко Н. С., Євсєєва-Северина І. В., Кириченко О. М. [31], Ставицька А., Коваленко А. [32], Ясіновська І. Ф. [43] та інші. Дослідники аналізували ключові аспекти формування та розвитку експортного потенціалу підприємств, зокрема: визначення сутності та складових експортного потенціалу, оцінювання можливостей виходу на міжнародні ринки, вплив воєнного стану на зовнішньоекономічну діяльність, стратегічні напрями відновлення та нарощування експортного потенціалу, а також інструменти державної підтримки експортерів.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних основ експортного потенціалу та розробка рекомендацій щодо перспектив його розвитку підприємства ТОВ «ПлазмаТек».

Для досягнення поставленої мети було визначено наступні завдання:

- Дослідити сутність експортного потенціалу та його значення для українських підприємств.
- Проаналізувати організаційно-економічну характеристику та ефективність експорту ТОВ «ПлазмаТек».

- Запропонувати рекомендації, щодо розширення експортних можливостей ТОВ «ПлазмаТек».

Об'єктом дослідження є процеси оцінки і розширення експортного потенціалу підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні основи та методичні підходи розвитку експортного потенціалу вітчизняних підприємств на міжнародних ринках, зокрема, особливості їх застосування в діяльності ТОВ «ПлазмаТек» на ринках зварювальних матеріалів.

У процесі виконання дослідження було використано такі наукові методи: аналіз та синтез, систематизація та узагальнення даних, порівняльний аналіз, статистичні методи, емпіричні методи, а також метод графічного відображення результатів.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти України у сфері зовнішньоекономічної діяльності, наукові праці вітчизняних та іноземних дослідників з питань розвитку експортного потенціалу підприємств, а також фінансова звітність та внутрішня документація ТОВ «ПлазмаТек».

Практичне значення отриманих результатів полягає в можливості їх використання для збільшення ефективності експортної стратегії підприємства.

Апробація результатів дослідження. Публікація наукової статті автором на XV Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України», що відбулася 16 квітня 2026 року на базі ВТЕІ ДТЕУ, тема статті «Перспективи розвитку експортного потенціалу підприємства».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота викладена на 45 сторінках комп'ютерного тексту і складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, який містить 51 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність та складові експортного потенціалу підприємства

У сучасній економічній науці категорію «потенціал» зазвичай трактують як сукупність ресурсів і можливостей, якими володіє суб'єкт у різних напрямках діяльності. Експорт посідає важливе місце в економіці, адже забезпечує підприємствам і виробникам вихід на ширші ринки збуту. Разом з імпортом він є базовою складовою торгового балансу країни, оскільки доходи від реалізації продукції за кордоном сприяють зростанню валового внутрішнього продукту.

Експорт виступає однією з форм міжнародної торгівлі та передбачає постачання товарів і послуг, створених у межах однієї держави, споживачам іншої. При цьому не має значення спосіб доставки продукції – транспортування, передача в електронному вигляді чи переміщення у багажі – якщо товар вироблено всередині країни та реалізовано за її межами, це вважається експортом. Суб'єкта, який продає продукцію за кордон, називають експортером, а закордонного покупця – імпортером. Водночас імпорт охоплює товари й послуги, придбані резидентами країни, але вироблені за її межами. У сукупності ці операції формують торговий баланс держави: перевищення експорту над імпортом означає позитивне сальдо, тоді як домінування імпорту свідчить про наявність торговельного дефіциту.

Багато країн стимулюють розвиток експорту як засіб підвищення рівня зайнятості, зростання національного доходу та активізації споживчого попиту. Крім того, розширення експорту сприяє накопиченню валютних резервів, що дає центральному банку можливість підтримувати стабільність національної валюти і водночас підвищувати конкурентоспроможність вітчизняної продукції на зовнішніх ринках. Сьогодні існує чимало підходів до визначення поняття «експортний потенціал підприємства» [10; 32], які більш детально подано в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Основні підходи до визначення поняття «експортний потенціал підприємства»

Підхід	Опис	Основний акцент
Ресурсний підхід	Експортний потенціал розглядається як сукупність матеріальних, фінансових, технологічних та кадрових ресурсів підприємства, що можуть бути задіяні для здійснення експортної діяльності.	Ресурси підприємства, їх кількість і якість
Функціональний підхід	Потенціал визначається через здатність підприємства виконувати ключові функції, необхідні для успішного експорту: виробництво, маркетинг, логістика, фінанси, управління ризиками.	Здатність виконувати функції в експорті
Стратегічний підхід	Розглядає потенціал як можливості підприємства до формування і реалізації довгострокової експортної стратегії, враховуючи внутрішні та зовнішні чинники.	Стратегічні можливості та планування
Ринковий підхід	Фокус на здатності підприємства займати і розширювати частку на зовнішніх ринках, адаптувати продукцію під вимоги іноземних споживачів.	Орієнтація на ринок і споживача
Інноваційний підхід	Визначення потенціалу через наявність і застосування інноваційних технологій, нових продуктів і процесів, що підвищують конкурентоспроможність на міжнародних ринках.	Інновації та технологічний розвиток

Узагальнення наведених підходів дає підстави стверджувати, що експортний потенціал підприємства слід розглядати як сукупність ресурсів і можливостей, які забезпечують виробництво конкурентоспроможної продукції та її просування на міжнародні ринки як у короткостроковому, так і в довгостроковому періоді [10; 43].

Серед ключових чинників, що визначають формування експортного потенціалу підприємства, можна виділити такі [11; 32]:

- розроблення та впровадження нової продукції, яка має попит на світових ринках;
- наявність кваліфікованих кадрів, здатних забезпечити високий рівень якості продукції, що відповідає міжнародним стандартам;
- відносно нижчий рівень конкуренції на зовнішніх ринках або менш жорсткі вимоги до якості в окремих сегментах;
- дія ефекту масштабу, за якого збільшення обсягів виробництва сприяє зниженню собівартості, тоді як внутрішній ринок не завжди забезпечує достатній попит для реалізації цієї переваги;

– можливість реалізації продукції за кордоном за вищими цінами порівняно з внутрішнім ринком навіть з урахуванням витрат на транспортування, мита та інші експортні витрати;

– зменшення внутрішнього попиту, що спонукає підприємство переорієнтовуватися на зовнішні ринки з метою ефективного використання наявних виробничих потужностей.

Експортний потенціал підприємства формується на основі двох взаємопов'язаних складових – внутрішнього та зовнішнього потенціалу (рис. 1.1) [10].

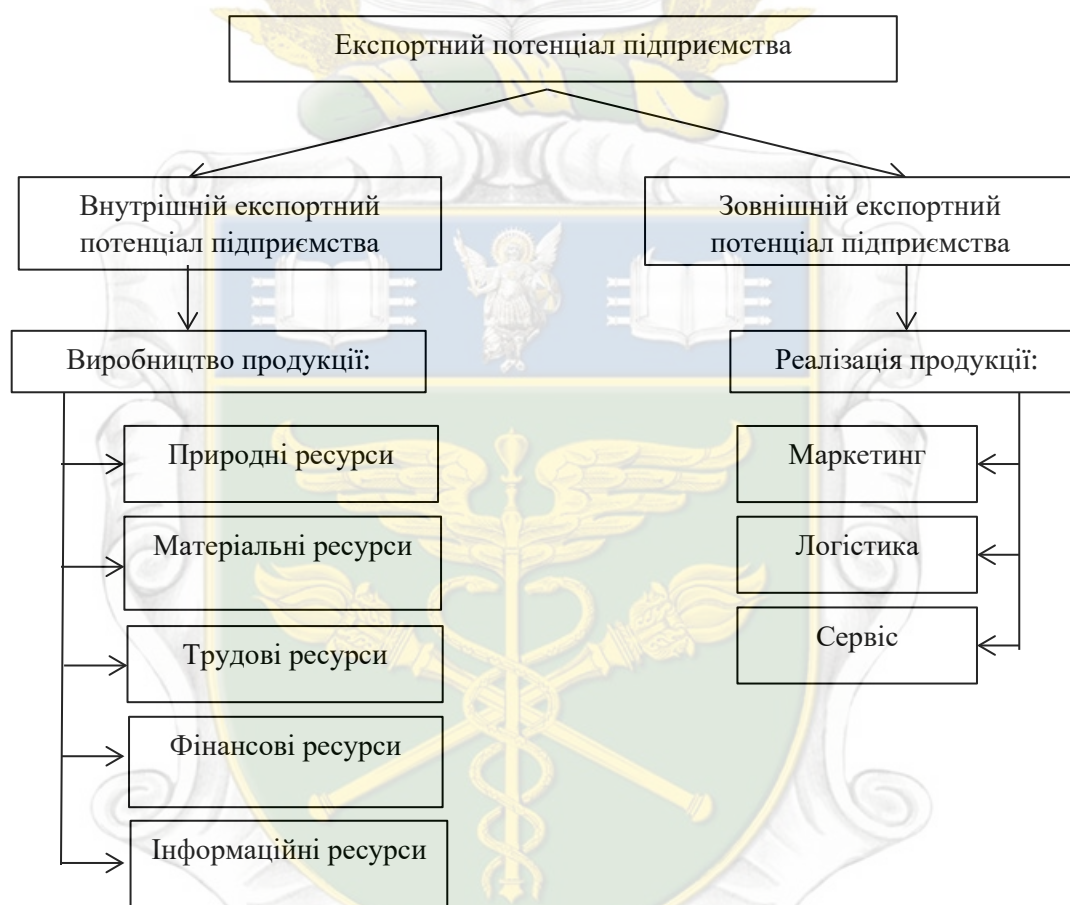


Рисунок 1.1 – Експортний потенціал підприємства

Внутрішній експортний потенціал підприємства охоплює сукупність ресурсів, що забезпечують виробництво продукції, орієнтованої на зовнішні ринки. До них належать природні, трудові, матеріальні, фінансові та інформаційні ресурси. Водночас для успішного здійснення експортної діяльності недостатньо лише їх наявності — визначальним є ефективність використання цих ресурсів і

здатність підприємства підвищувати інтенсивність виробництва, що у підсумку формує конкурентні переваги продукції. Зовнішній експортний потенціал підприємства пов'язаний із просуванням і реалізацією конкурентоспроможної продукції на міжнародних ринках та забезпечується через маркетингову, логістичну й сервісну діяльність.

Маркетинг у сфері експорту має специфічні риси порівняно з внутрішнім ринком, що обумовлено особливостями зовнішнього середовища. Зокрема, підприємство повинно постійно досліджувати зарубіжні ринки та адаптувати свою продукцію до їхніх вимог і стандартів. Логістична діяльність безпосередньо впливає на формування кінцевої ціни товару та рівень витрат. Раціональний вибір транспорту, перевізників і маршрутів дає змогу мінімізувати витрати та підвищити гнучкість цінової політики. Важливу роль відіграє й післяпродажне обслуговування, яке впливає на конкурентоспроможність продукції та стимулює підприємство до постійного вдосконалення виробництва й інформаційного забезпечення.

З урахуванням сучасних наукових підходів можна виокремити основні напрями формування експортного потенціалу підприємства, зокрема: виробничий, фінансовий, кадровий і ринковий. Їх узагальнене представлення наведено на рисунку 1.2. Для більш глибокого аналізу доцільно розглянути кожен складову окремо.

Виробничий потенціал являє собою сукупність ресурсів виробничого призначення та відображає можливості підприємства у сфері виготовлення продукції. Його основою є наявність і якість виробничих фондів, що визначаються рівнем технічного оснащення, ступенем модернізації обладнання, використанням сучасних технологій, а також рівнем інноваційності виробничих і управлінських процесів. Таким чином, виробничий потенціал виступає базисом для формування експортного потенціалу, особливо для підприємств машинобудівної галузі [11].

Рівень розвитку і ефективність використання коштів праці, предметів праці і якість організації виробничих процесів багато в чому визначають подальші перспективи розвитку і напрями вдосконалення підприємства. Точний і всебічний

аналіз виробничого потенціалу необхідний для того, щоб категорія експортного потенціалу могла виступати повноцінним об'єктом для аналізу, а отримані оцінки могли в дійсності використовуватися як інформаційна база для прийняття і обґрунтування управлінських рішень.

Ефективність використання засобів і предметів праці, а також рівень організації виробничих процесів значною мірою впливають на перспективи розвитку підприємства та напрями його вдосконалення. Ґрунтовний і комплексний аналіз виробничого потенціалу є необхідною умовою для того, щоб експортний потенціал міг розглядатися як повноцінний об'єкт дослідження, а отримані результати використовувалися як надійна інформаційна база для прийняття управлінських рішень.



Рисунок 1.2 – Напрямки формування експортного потенціалу

Кадровий потенціал підприємства відображає можливості персоналу, які реалізуються у процесі трудової діяльності працівників різних категорій. Рівень його розвитку залежить від професійних компетенцій, функціональних обов'язків працівників, а також від цілей, що стоять перед підприємством, регіоном чи суспільством на певному етапі їх розвитку [15; 31].

Ринковий потенціал характеризує здатність підприємства максимально ефективно використовувати сучасні маркетингові інструменти та підходи. Хоча кожне підприємство має певний рівень такого потенціалу, не всі суб'єкти господарювання реалізують його повною мірою. Він відображає спроможність підприємства раціонально застосовувати маркетингові ресурси та виступає показником рівня забезпеченості маркетинговою складовою. У ширшому розумінні ринковий потенціал охоплює сукупність методичних, матеріальних та інформаційних ресурсів, що забезпечують ефективне функціонування підприємства на ринку [32; 43].

Для виходу на зовнішні ринки підприємству необхідно пройти послідовний процес, який включає аналіз ринкового середовища, підготовку продукції до експорту, встановлення партнерських зв'язків, зокрема з логістичними операторами, та досягнення стабільної прибутковості від зовнішньоекономічної діяльності. Деталізований перелік відповідних етапів наведено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 - Експортна діяльність на підприємстві

Складова експортної діяльності	Опис	Основні завдання
Маркетинг і дослідження ринку	Вивчення зовнішніх ринків, аналіз попиту, конкурентів, вимог споживачів та цінової політики.	Визначення потенційних ринків збуту, формування ефективної маркетингової стратегії.
Виробництво і адаптація продукції	Виготовлення продукції відповідно до вимог зовнішніх ринків, стандартів і сертифікації.	Забезпечення якості продукції, адаптація технічних характеристик і пакування.

Продовження таблиці 1.2

Логістика і транспортування	Організація перевезень товарів, вибір оптимальних маршрутів, митне оформлення.	Забезпечення своєчасної доставки і мінімізація транспортних витрат.
Фінансове управління	Управління валютними операціями, ціноутворенням, страхуванням експортних ризиків.	Оптимізація фінансових потоків, зниження ризиків, пов'язаних з валютними коливаннями.
Юридичне забезпечення	Підготовка та контроль виконання контрактів, дотримання міжнародного торгового законодавства.	Мінімізація правових ризиків, забезпечення законності угод.
Управління зовнішньоекономічними ризиками	Аналіз і управління ризиками, пов'язаними з політичними, економічними і ринковими змінами.	Зменшення впливу негативних факторів, підвищення стабільності діяльності.
Післяпродажне обслуговування	Підтримка клієнтів за кордоном, вирішення претензій, забезпечення гарантійного сервісу.	Формування довгострокових відносин з клієнтами, підвищення лояльності.

Отже, експортний потенціал підприємства є багатоаспектною економічною категорією, що охоплює сукупність виробничих, кадрових, фінансових і ринкових складових, які у взаємодії забезпечують здатність підприємства ефективно виходити на зовнішні ринки та утримувати на них конкурентні позиції. Його формування обумовлено як внутрішніми чинниками – наявністю ресурсів, рівнем технологічного розвитку та кваліфікацією персоналу, – так і зовнішніми умовами – кон'юктурою міжнародних ринків, регуляторним середовищем та логістичною інфраструктурою. Розуміння сутності й складових експортного потенціалу є необхідною теоретичною основою для подальшого аналізу методів його оцінки та розробки практичних рекомендацій щодо його розвитку.

1.2 Критерії та методи оцінки експортного потенціалу підприємства в умовах міжнародної діяльності

Потреба у вивченні експортного потенціалу підприємства зумовлена поглибленням міжнародних економічних зв'язків у сучасному діловому середовищі та прагненням до повноцінної інтеграції країни у глобальні економічні процеси й міжнародне співробітництво. Проникнення на зовнішні ринки передбачає попереднє оцінювання експортного потенціалу з метою з'ясування спроможності підприємства забезпечувати постачання та просування конкурентоздатної продукції чи послуг у належних обсягах і у визначені терміни.

За умов динамічної зміни ринкової кон'юнктури, поглиблення зовнішньоекономічної співпраці та посилення конкурентного тиску на міжнародних ринках, раціональне використання експортного потенціалу дозволяє формувати та ухвалювати виважені управлінські рішення, орієнтовані на забезпечення стабільного розвитку підприємства. Разом із тим, обмеженість інформаційної бази ускладнює процес оцінювання експортного потенціалу [7].

Ключовою метою такого аналізу є виявлення і практичне задіяння резервів підвищення результативності та прибутковості експортної діяльності підприємства, а також стимулювання нарощування виробництва конкурентоздатних товарів, робіт і послуг на зовнішніх ринках за умови мінімального залучення виробничих і фінансових ресурсів.

Аналіз експортного потенціалу підприємства має ґрунтуватися на сукупності таких принципів [7; 42]:

Принцип системності – передбачає розгляд експортного потенціалу як складної динамічної системи, елементи якої досліджуються у їх взаємозв'язку та взаємообумовленості.

Принцип комплексності – зобов'язує до всебічного вивчення процесів експортної діяльності з урахуванням усіх факторів, що впливають на результати здійснюваних експортних операцій.

Принцип адаптивності – відображає здатність експортної діяльності підприємства трансформуватися відповідно до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, зберігаючи при цьому стабільність у своїй динаміці.

Принцип зворотного зв'язку – ґрунтується на систематичному моніторингу результатів управління експортним потенціалом підприємства.

Принцип конкретності – забезпечує практичну цінність, актуальність і своєчасність економічного аналізу експортного потенціалу як невід'ємної складової управління експортною діяльністю.

Схематичне представлення процесу аналізу експортного потенціалу підприємства відображено на рисунку 1.3.



Рисунок 1.3 – Етапи аналізу експортного потенціалу підприємства

Експортний потенціал підприємства формується з двох ключових компонентів: внутрішнього та зовнішнього потенціалу. Внутрішній експортний потенціал охоплює сукупність ресурсів, необхідних для виробництва експортоорієнтованої продукції. До їх складу входять природні, трудові, матеріальні, фінансові та інформаційні елементи. Однак для успішного провадження експортної діяльності недостатньо лише мати у розпорядженні

відповідний ресурсний набір – вирішального значення набуває їх раціональне й ефективне застосування, а також визначення можливостей інтенсифікації виробничих процесів, що зрештою забезпечує формування конкурентних переваг продукції, яка випускається.

Зовнішній експортний потенціал підприємства пов'язаний із просуванням конкурентоздатної продукції на міжнародних ринках і реалізується через такі функціональні напрями діяльності, як маркетингова, логістична та сервісна. Високий рівень зовнішнього експортного потенціалу істотно зміцнює конкурентні позиції підприємства завдяки розширенню ринків збуту його продукції у глобальному масштабі.

Дослідження внутрішнього потенціалу є першочерговим і визначальним етапом у загальній процедурі оцінювання експортного потенціалу підприємства. Детальне вивчення ресурсів як у їх сукупності, так і в розрізі окремих складових дає змогу встановити реальну спроможність підприємства до здійснення експортних операцій. Лише за умови достатнього рівня розвитку внутрішнього потенціалу стає можливою повноцінна реалізація зовнішнього експортного потенціалу.

Аналіз внутрішнього потенціалу підприємства проводиться за такими основними напрямками [34]:

Насамперед здійснюється комплексна оцінка ресурсної забезпеченості підприємства та ефективності використання наявних ресурсів. У межах цього дослідження аналізуються необоротні й оборотні активи, а також трудові та фінансові ресурси підприємства. Отримані результати дають змогу виявити приховані резерви у вигляді незадіяних ресурсів, що перебувають у власності підприємства.

Наступним важливим етапом є оцінювання конкурентоспроможності продукції, що виводиться на експорт. Конкурентоспроможність продукції розглядається як сукупність споживчих характеристик товару, які вирізняють його серед аналогічних продуктів-конкурентів за ступенем відповідності суспільним потребам, з урахуванням витрат на їх задоволення та доходів, що отримує

споживач. Ключовими індикаторами конкурентоспроможності продукції є технічний рівень, якість, ресурсомісткість та ціна. Технічні характеристики уможлиблюють визначення функціонального призначення продукції та її класифікацію за типом товару, а також відображають техніко-конструкторські рішення, зокрема стандарти, норми і правила, що регламентують допустимі межі змін технічних параметрів виробу [14].

Нижче наведено ключові показники, які забезпечують отримання інформації щодо витрат і ціноутворення експортної продукції, а також структурні індикатори, що характеризують якість продукції, що експортується (див. таблицю 1.3).

Таблиця 1.3 – Показники конкурентоспроможності експортної продукції

Показник	Опис	Значення для конкурентоспроможності
Якість продукції	Відповідність стандартам, надійність, довговічність, відповідність технічним вимогам	Визначає рівень задоволення потреб споживача, впливає на імідж
Ціна продукції	Вартість товару з урахуванням собівартості, ринкових умов та валютних коливань	Впливає на привабливість пропозиції та здатність конкурувати з іншими виробниками
Інноваційність	Наявність унікальних властивостей, нових технологій, патентів	Дозволяє виділитися серед конкурентів і пропонувати унікальну цінність
Сервісне обслуговування	Підтримка клієнтів, гарантії, логістика, післяпродажний сервіс	Підвищує лояльність покупців і довгострокове співробітництво
Репутація бренду	Впізнаваність торгової марки, довіра споживачів	Сприяє формуванню позитивного іміджу і підвищенню обсягу продажів
Відповідність вимогам ринку	Адаптація продукції до стандартів, культурних особливостей і законодавства країни-імпортера	Знижує бар'єри для виходу на ринок і ризики відмови від товару
Екологічність продукції	Відповідність екологічним нормам, використання сталих технологій	Відповідає сучасним трендам і вимогам відповідальних споживачів

Конкурентоспроможність продукції безпосередньо впливає на рівень попиту, обсяги збуту та прибутковість підприємства. Ефективність його функціонування

визначається співвідношенням між досягнутими результатами та понесеними для їх отримання витратами. У ході здійснення експортних операцій підприємство може отримати як прямий економічний ефект у вигляді поліпшення фінансових показників, так і непрямий – через зростання конкурентоспроможності виробничої діяльності. Кількісне вимірювання прямого економічного ефекту від експортної діяльності здійснюється за допомогою відповідних показників економічної ефективності експорту, наведених у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Показники діяльності ефективності експортної підприємства

Показник	Опис	Значення для оцінки ефективності
Обсяг експортних продажів	Загальна вартість товарів, реалізованих на зовнішніх ринках	Відображає масштаб експортної діяльності
Частка експорту в загальному обсязі продажів	Відсоток експортної продукції у загальних продажах підприємства	Оцінює орієнтацію підприємства на зовнішні ринки
Рентабельність експорту	Відношення прибутку від експортної діяльності до її витрат	Визначає економічну ефективність експорту
Коефіцієнт освоєння ринку	Відношення обсягів продажів на новому ринку до потенційного попиту	Показує ступінь проникнення на конкретний зовнішній ринок
Темпи зростання експорту	Відсоткове збільшення обсягів експорту за певний період	Свідчить про динаміку розвитку експортної діяльності
Рівень диверсифікації ринків	Кількість різних країн або регіонів, куди здійснюється експорт	Зменшує ризики, пов'язані з залежністю від окремих ринків
Середній термін дебіторської заборгованості за експортом	Час від вантаження товару до отримання платежу	Впливає на ліквідність і фінансову стійкість підприємства

За умови високого рівня внутрішнього потенціалу підприємства наступним кроком є поглиблений аналіз зовнішнього експортного потенціалу згідно з наведеною нижче методологією.

Передусім проводиться комплексний аналіз зовнішньоекономічних факторів, які формують та обумовлюють використання експортного потенціалу. До їх складу належать природні, економіко-фінансові, політико-правові, науково-технічні та

соціокультурні умови. У межах дослідження здійснюється систематичний моніторинг, оцінювання та опрацювання інформації про макроекономічне середовище діяльності підприємства, що забезпечує можливість своєчасного реагування на зміни зовнішніх умов [14; 18].

По-друге, необхідно провести аналіз маркетингової діяльності та збутових процесів на міжнародних ринках. Експортний маркетинг не передбачає впровадження принципово нових функцій, проте визначення маркетингових цілей, вибір цільових ринків, позиціонування продукції, формування маркетингового комплексу та контроль його виконання залишаються ключовими аспектами діяльності підприємства-експортера. Основними індикаторами маркетингової та збутової діяльності є: витрати на рекламу та їх рентабельність, рівень попиту на продукцію, результативність збутових витрат і частка підприємства на цільовому експортному ринку.

По-третє, важливим аспектом є оцінювання інноваційного потенціалу підприємства як невід'ємного елементу експортного потенціалу, спрямоване на його постійне вдосконалення. При цьому слід брати до уваги, що технологічні інновації, які вважаються новаторськими в одній країні, можуть бути вже широко поширені в іншій [8].

Однією з найбільш поширених методик оцінювання експортного потенціалу є підхід, основні показники якого представлено в таблиці 1.5.

Рівень розвитку експортного потенціалу підприємства відображається кількісним показником, на підставі якого можна дійти одного з таких висновків:

- продукція має суттєві недоліки, що унеможлиблює вихід на зовнішній ринок;
- продукція має певні недоліки, які за відповідних умов можуть бути усунені;
- відсутні будь-які перешкоди для провадження експортної діяльності, а продукція може бути успішно реалізована на міжнародних ринках.

Таблиця 1.5 – Ключові показники для оцінки експортного потенціалу підприємства

Показник	Опис	Значення для оцінки експортного потенціалу
Обсяг виробництва	Загальний обсяг продукції, що може бути випущений для експорту	Визначає можливості підприємства забезпечити експортний попит
Якість продукції	Відповідність міжнародним стандартам і сертифікатам	Впливає на конкурентоспроможність на зовнішніх ринках
Інноваційний рівень продукції	Наявність нових технологій, унікальних властивостей товару	Підвищує привабливість продукції для іноземних споживачів
Фінансова стабільність	Рівень ліквідності, платоспроможності та кредитоспроможності	Забезпечує можливість фінансування експортних операцій
Кадровий потенціал	Кваліфікація і досвід працівників у сфері зовнішньоекономічної діяльності	Впливає на якість управління експортом
Інфраструктура для експорту	Наявність логістичних, складських і транспортних ресурсів	Визначає здатність забезпечити ефективне виконання експортних операцій
Партнерські зв'язки	Мережа контактів із закордонними партнерами, дистриб'юторами	Полегшує вихід на нові ринки та розширення збуту

Отже, оцінювання експортного потенціалу підприємства є комплексним і багаторівневим процесом, що охоплює аналіз внутрішніх ресурсів, конкурентоспроможності продукції, ефективності експортної діяльності та зовнішньоекономічних умов функціонування. Застосування системи кількісних і якісних показників – від рентабельності експорту й рівня диверсифікації ринків до інноваційного потенціалу та партнерської мережі – дозволяє отримати об'єктивну картину готовності підприємства до міжнародної діяльності. Дотримання принципів системності, комплексності, адаптивності та конкретності під час такого аналізу забезпечує прийняття виважених управлінських рішень, спрямованих на зміцнення позицій підприємства на зовнішніх ринках і нарощування його експортного потенціалу.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «ПЛАЗМАТЕК»

2.1 Організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства ТОВ «ПлазмаТек»

Товариство з обмеженою відповідальністю «ПлазмаТек» було створене шляхом перетворення у 2024 році приватного акціонерного товариства «ПлазмаТек» у зв'язку із зміною організаційно-правової форми, та є повним правонаступником всіх прав та обов'язків ПрАТ «ПлазмаТек». Юридична адреса ТОВ «ПлазмаТек»: Вінниця, вулиця Праведників світу, будинок 18.

ТОВ «ПлазмаТек» є відомим українським підприємством, якому на належить дві третини вітчизняного ринку електродів. Дана компанія вважається виробником високотехнологічної продукції і має репутацію надійного виробника електродів з поліпшеною рецептурою і стабільно високою якістю електродів.

Компанія має ряд дочірніх підприємств, як і в Україні так і в інших країнах. маючи кількість працівників на всіх підприємствах у 2024 році – 2746 осіб.

ТОВ «ПрагмаФактор»
Підприємство утворене у 2009 році на базі виробничої ділянки науково-виробничого підприємства «Фантомаш».
ПП «ПлазмаТек-Транс»
Підприємство, яке забезпечує логістику для ТОВ «ПлазмаТек»,
ТОВ «Алл Трейд»
Завод порошкових матеріалів, заснований у 2010 році та спеціалізується на виробництві металопорошків та інших матеріалів для зварювальної продукції ТОВ «ПлазмаТек»,
ІП ТОВ «MONOLITH ASIA»
Підприємство засноване у 2019 році в Узбекистані, яке спеціалізується на виробництві зварювальних матеріалів Частка власності – 94,22%.
ТОВ «Моноліт Санг»
Республіка Таджикистан. Частка – 88,77%;
ТОВ «MONOLITH KZ»
Республіка Казахстан. Частка – 88,77%.

Рисунок 2.1 – Дочірні компанії ТОВ «ПлазмаТек»

Виробництво зварювальних електродів є основним видом діяльності ТОВ «ПлазмаТек», яке класифікується за КВЕД як: 25.93 Виробництво виробів із дроту, ланцюгів і пружин.

На підприємстві ТОВ «ПлазмаТек» використовується лінійно-функціональна організаційна структура управління, яка поєднує чітку вертикаль підпорядкування зі спеціалізацією відділів за функціональними напрямками. Це забезпечує баланс між оперативним прийняттям рішень та експертною підтримкою. Організаційну структуру ТОВ «ПлазмаТек» подано у Додатку Д.

Кожен підрозділ має чітко визначені функції, так Технологічний відділ відповідає за інновації у виробництві електродів, а Відділ зовнішньоекономічної діяльності займається розширенням експортних ринків. Підпорядковані ланки, такі як Виробничі цеха чи Складський відділ, забезпечують безперебійну реалізацію продукції. Система управління якістю забезпечує дотримання міжнародних стандартів на всіх етапах виробництва, що є критично важливим для підтримки репутації компанії як надійного постачальника високотехнологічної продукції на зовнішніх ринках. Така структура дозволяє компанії ефективно управляти ресурсами, адаптуватися до міжнародних вимог та підвищувати конкурентоспроможність на ринку зварювальних матеріалів. Також варто зазначити, що на підприємстві станом на 2025 рік працює 811 осіб. Загалом підприємство допомогло створити більше 1600 робочих місць.

Аналіз фінансових показників ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр. демонструє неоднозначну динаміку. Чистий дохід від реалізації стабільно зростав: на 4,9% у 2024 р. та на 6,1% у 2025 р. Проте собівартість зростала випереджальними темпами — на 7,5% у 2024 р. та на 27,9% у 2025 р., що призвело до скорочення валового прибутку на 38,6% у 2025 р. Інші операційні доходи після скорочення на 43,2% у 2024 р. суттєво зросли на 186,4% у 2025 р., проте це не компенсувало зростання витратної складової. Адміністративні витрати та витрати на збут у 2025 р. зросли на 69,3% та 48,3% відповідно, а інші операційні витрати — на 27,2%, що суттєво збільшило операційне навантаження. Фінансовий результат від операційної діяльності знижувався протягом обох років: на 20,0% у 2024 р. та на

18,8% у 2025 р. Найвідчутнішим є різке падіння чистого прибутку: після зростання на 194,4% у 2024 р. (до 507 562 тис. грн) він скоротився на 88,7% у 2025 р. (до 57 306 тис. грн), що свідчить про необхідність оптимізації витратної складової з метою відновлення рентабельності підприємства (Додаток Е). Графічно дані представлені на рис. 2.2

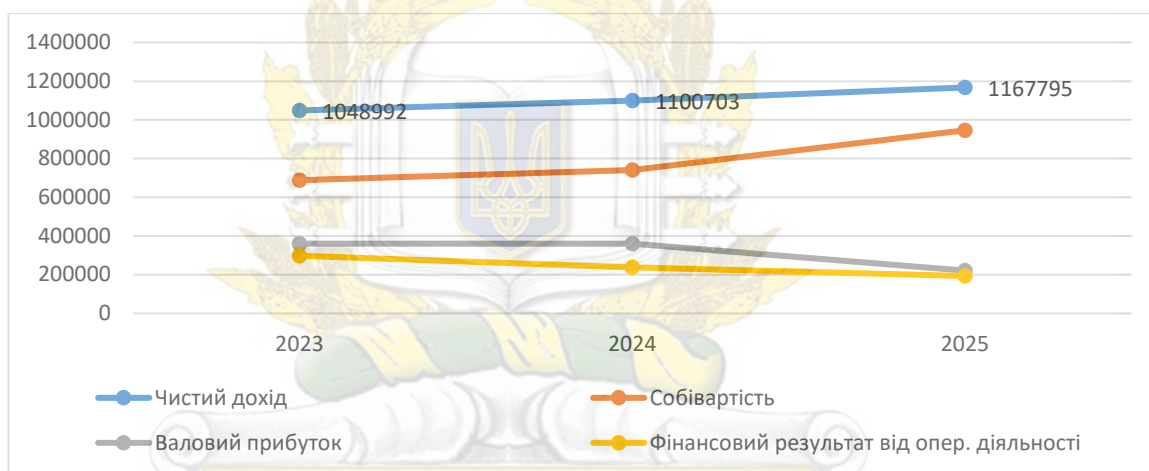


Рисунок 2.2 – Динаміка основних показників ТОВ «ПлазмаТек» за період 2023–2025 рр., тис. грн

Аналіз активів ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр. свідчить про стале розширення діяльності підприємства. Незавершені капітальні інвестиції зросли на 106,1% у 2024 р. та на 143,0% у 2025 р., що підтверджує активну інвестиційну політику. Необоротні активи збільшилися на 24,2% у 2024 р. і на 34,9% у 2025 р., що свідчить про нарощення основних засобів.

Серед оборотних активів запаси скоротилися на 11,1% у 2025 р. після зростання на 41,5% у 2024 р., що може вказувати на оптимізацію складських запасів. Дебіторська заборгованість за продукцію суттєво зросла на 271,0% у 2025 р., а гроші та їх еквіваленти збільшилися на 165,7% після скорочення на 23,9% у 2024 р., що свідчить про покращення ліквідності.

Оборотні активи загалом збільшилися на 49,1% у 2024 р. та на 40,6% у 2025 р., а баланс підприємства зріс на 37,1% і 38,2% відповідно, що відображає стабільне нарощування майнового потенціалу підприємства (Додаток Ж).

Аналіз динаміки пасивів ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр. свідчить про суттєве зміцнення фінансової позиції підприємства. Найбільший позитивний вплив

мало зростання власного капіталу: на 86,0% у 2024 р. та на 92,2% у 2025 р. Визначальну роль у 2025 р. відіграло різке зростання додаткового капіталу на 845 681 тис. грн, що, ймовірно, пов'язано з переоцінкою активів або внесками учасників. Нерозподілений прибуток зріс на 88,9% у 2024 р., проте у 2025 р. його приріст уповільнився до 0,6%, що відображає зниження чистого прибутку підприємства.

У структурі позикового капіталу короткострокові кредити банків зростали на 37,1% у 2024 р. та на 28,6% у 2025 р., що свідчить про збережену потребу в залучених обігових коштах. Заборгованість з бюджетом після скорочення на 27,6% у 2024 р. зросла на 164,0% у 2025 р., що потребує уваги. Поточні зобов'язання загалом збільшилися лише на 8,3% у 2025 р. – значно повільніше, ніж у попередні роки, а баланс підприємства зріс на 970 495 тис. грн (38,2%), що підтверджує стале нарощування фінансових ресурсів переважно за рахунок власного капіталу (Додаток К).

Упродовж 2023–2025 рр. структура балансу ТОВ «ПлазмаТек» зазнала суттєвих трансформацій. Частка необоротних активів скоротилася до 42,4% у 2025 р., тоді як оборотні активи збільшили питому вагу до 57,6%. Ключовим чинником стало зростання дебіторської заборгованості до 38,0% (+4,9%), що свідчить про активізацію розрахунків з контрагентами та потребує посиленого контролю.



Рисунок 2.3 – Динаміка питомої ваги оборотних і необоротних активів ТОВ «ПлазмаТек» за період 2023–2025 рр. , %

У пасивах відбулися визначальні структурні зміни: частка власного капіталу зросла з 36,3% до 50,5%, вперше перевищивши частку позикового капіталу. Це зумовлено насамперед збільшенням додаткового капіталу внаслідок переоцінки активів. Частка позикового капіталу скоротилася до 49,5%, а кредиторська заборгованість – більш ніж на 12% до 46,6%, що свідчить про підвищення фінансової незалежності підприємства (Додаток Н).

Показники ліквідності ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр. свідчать про покращення платоспроможності підприємства. Коефіцієнт поточної ліквідності у 2025 р. зріс до 1,235, перевищивши нормативне значення, а швидка ліквідність досягла 0,923. Власні оборотні кошти вперше стали позитивними та склали 283 687 тис. грн, що свідчить про зміцнення фінансової стійкості. Також покращилися показники забезпеченості власними коштами та абсолютної ліквідності, що підтверджує зменшення залежності від позикових ресурсів і загальне зміцнення фінансового стану підприємства. (Додаток М).

Аналіз показників кредитоспроможності ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр. свідчить про суттєве зміцнення фінансової незалежності підприємства.

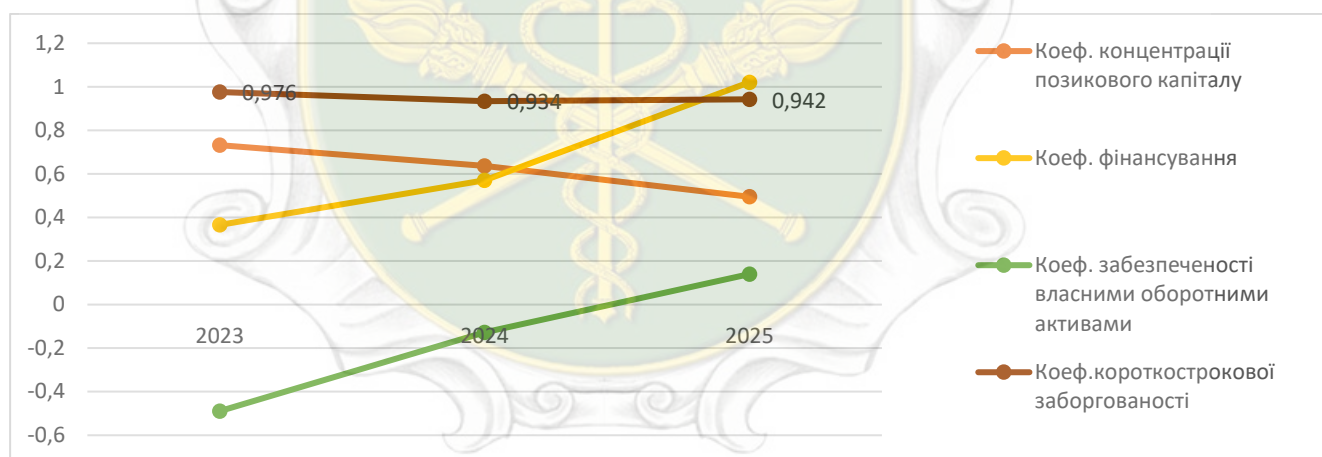


Рисунок 2.4 – Динаміка показників кредитоспроможності ТОВ «ПлазмаТек» за період 2023–2025 рр.

Коефіцієнт концентрації позикового капіталу стабільно знижується – з 0,732 у 2023 р. до 0,495 у 2025 р., що вказує на зростаючу роль власних джерел фінансування. Коефіцієнт фінансування зріс з 0,366 до 1,021, вперше перевищивши одиницю, що означає перевищення власного капіталу над позиковим – це є важливою ознакою фінансової стійкості підприємства.

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними активами вперше набув позитивного значення (0,140 у 2025 р.) після від'ємних показників у попередніх роках, що свідчить про формування достатнього обсягу власних оборотних коштів. Коефіцієнт короткострокової заборгованості залишається високим (0,942), незважаючи на незначне коливання, що вказує на збережену залежність від поточних зобов'язань та потребу в оптимізації структури позикового капіталу на користь довгострокових джерел (Додаток П).

Таблиця 2.2 – Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «ПлазмаТек» за період 2023-2025рр

Показник	2023 рік	2024 рік	2025 рік	Рекомендоване значення
Співвідношення власного / залученого капіталу	0,37	0,57	1,021	$\geq 0,5$
Коефіцієнт автономії	0,268	0,363	0,505	$\geq 0,4$
Коефіцієнт фінансового ризику	2,73	1,75	0,979	$\leq 2,0$

Розраховано автором

Аналіз показників фінансової стійкості ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр. свідчить про зміцнення фінансової незалежності підприємства. Співвідношення власного і залученого капіталу зросло з 0,37 до 1,021 у 2025 р., перевищивши нормативне значення. Коефіцієнт автономії також досяг рекомендованого рівня (0,505), що підтверджує зростання частки власного капіталу у фінансуванні діяльності. Водночас коефіцієнт фінансового ризику знизився до 0,979, що свідчить про скорочення боргового навантаження та підвищення фінансової стійкості підприємства.

Таблиця 2.3 – Динаміка показників платоспроможності ТОВ «ПлазмаТек» за період 2023-2025рр

Показник	2023 рік	2024 рік	2025 рік
Поточна ліквідність	0,73	0,95	1,23
Швидка ліквідність	0,42	0,57	0,92
Зміна оборотних активів, %	22,3%	49,1%	40,6%
Зміна зобов'язань, %	12,6%	14,1%	8,3%

Розраховано автором

Аналіз показників платоспроможності ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр. свідчить про покращення здатності підприємства виконувати короткострокові зобов'язання. Показник поточної ліквідності зріс з 0,73 у 2023 р. до 1,23 у 2025 р., перевищивши нормативне значення 1,0, що свідчить про достатність оборотних активів для покриття поточних зобов'язань. Швидка ліквідність також зросла до 0,92 у 2025 р., наближаючись до нормативного рівня. Крім того, темпи зростання оборотних активів перевищували темпи зростання зобов'язань, що підтверджує зміцнення платоспроможності підприємства.

Отже, ТОВ «ПлазмаТек» є потужним виробником зварювальної продукції з розвиненою організаційною структурою та стійкими позиціями на вітчизняному ринку. Попри зниження прибутковості у 2025 р., підприємство демонструє зміцнення фінансової незалежності та платоспроможності, що формує достатню основу для розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

2.2. Аналіз потенціалу розширення експортних ринків збуту продукції підприємства ТОВ «ПлазмаТек»

Аналіз потенціалу розширення експортних ринків збуту ТОВ «ПлазмаТек» охоплює оцінку рентабельності діяльності підприємства та дослідження динаміки й географічної структури його експорту. Показники рентабельності відображають здатність підприємства генерувати прибуток, необхідний для фінансування зовнішньоекономічної діяльності, тоді як аналіз обсягів і напрямів експорту дозволяє виявити усталені ринки присутності, оцінити тенденції зміни частки

експорту у структурі чистого доходу та визначити перспективи розширення географії збуту зварювальної продукції підприємства.

Аналіз показників рентабельності ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр. свідчить про суттєве погіршення ефективності діяльності у 2025 р. після позитивної динаміки 2024 року. У 2024 р. більшість показників демонстрували значне зростання: рентабельність за чистим прибутком зросла на 29,69%, власного капіталу – на 28,99%, необоротних активів – на 30,75%.

У 2025 р. спостерігається різке падіння всіх показників. Рентабельність за чистим прибутком скоротилася на 41,21% (до 4,91%), за загальним прибутком – на 13,82% (до 18,94%), рентабельність активів впала до 1,89%, власного капіталу – до 4,25%. Рентабельність операційних витрат знизилася на 9,48% (до 15,10%), а коефіцієнти адміністративних витрат і витрат на збут зросли на 3,92% і 2,10% відповідно. Загалом погіршення показників рентабельності зумовлене насамперед випереджальним зростанням собівартості та операційних витрат порівняно з доходами від реалізації. (Додаток Л). Графічно дані представлені на рис. 2.5

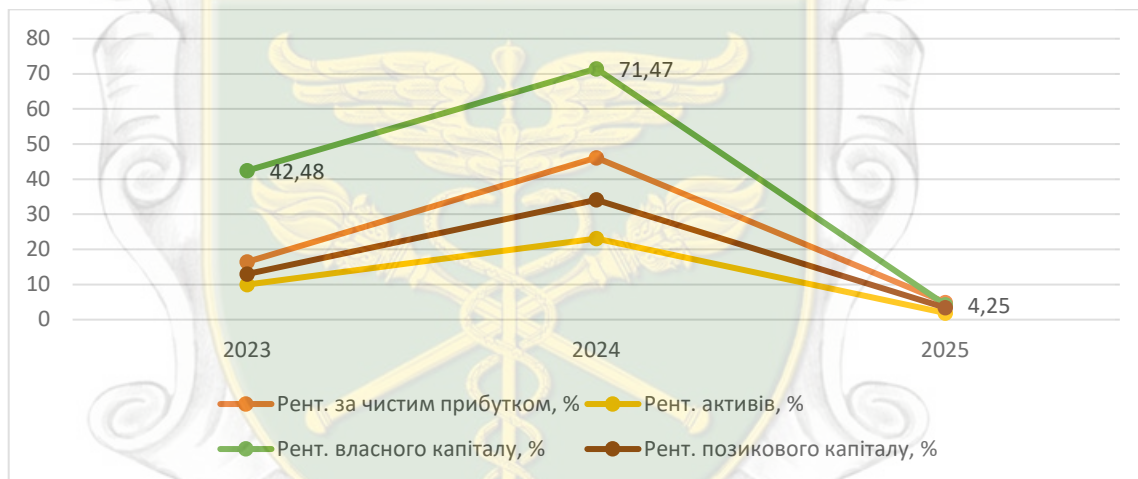


Рисунок 2.5 – Динаміка показників рентабельності ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр., %

Аналіз динаміки експорту ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр. свідчить про стабільне зростання чистого доходу від реалізації продукції: на 4,93% у 2024 р. та на 6,10% у 2025 р., що підтверджує нарощування загальних обсягів діяльності підприємства.

Таблиця 2.4 – Динаміка експорту та його частка у чистому доході ТОВ «ПлазмаТек» за 2023-2025 рр.

Показник	2023	2024	2025	Абсолютний приріст (зменшення), +,-		Темп приросту, %	
				2024/2023	2025/2024	2024/2023	2025/2024
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	1 048 992	1 100 703	1 167 795	51 711	67 092	4,93%	6,10%
Обсяг експорту, тис. грн	386 522	340 311	365 446	-46 211	25 135	-11,95%	7,39%
Частка експорту у чистому доході, %	36,85	30,91	31,29	-5,94	0,38	-16,12%	1,24%

Розраховано автором

Обсяг експорту після суттєвого падіння на 11,95% у 2024 р. у 2025 р. відновив позитивну динаміку – зростання склало 7,39%, що свідчить про часткове подолання негативних тенденцій на зовнішніх ринках.

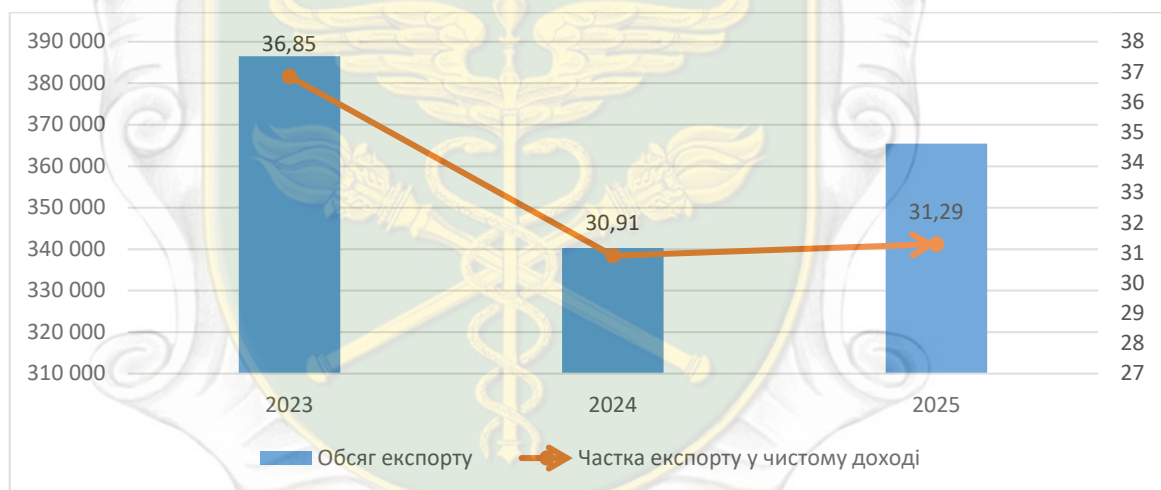


Рисунок 2.6 – Обсяг експорту та його частка у чистому доході ТОВ «ПлазмаТек» за 2023-2025 рр., тис. грн / %

Частка експорту у чистому доході після скорочення з 36,85% до 30,91% у 2024 р. незначно відновилася до 31,29% у 2025 р., проте залишається суттєво

нижчою за рівень 2023 р., що вказує на збережену потребу в активізації експортної діяльності підприємства. Графічно дані представлені на рис. 2.6.

Таблиця 2.5 – Географічна структура експорту ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр., тис. грн

Країни	2023	2024	2025	Абсолютний приріст (зменшення), +, –		Темпи приросту, %	
				2024/2023	2025/2024	2024/2023	2025/2024
Узбекистан	187035	178113	185 238	-8 922	7 125	-4,77	4,00
Румунія	33964	41885	48 168	7 921	6 283	23,32	15,00
Польща	30075	27543	28 920	-2 532	1 377	-8,42	5,00
Молдова	9926	21762	23 503	11 836	1 741	119,24	8,00
Азербайджан	24230	17651	19 416	-6 579	1 765	-27,15	10,00
Казахстан	18715	16472	17 460	-2 243	988	-11,98	6,00
Литва	42522	12616	15 139	-29 906	2 523	-70,33	20,00
Вірменія	22200	3231	4 039	-18 969	808	-85,45	25,01
Інші країни	17855	21038	23 563	3 183	2 525	17,83	12,00
Разом	386522	340311	365446	-46 211	25 135	-11,96	7,39

Розраховано автором

Аналіз географічної структури експорту ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр. свідчить про збереження домінуючої ролі Узбекистану, який після спаду у 2024 р. відновив зростання до 185 238 тис. грн (+4,00%). Румунія стабільно зміцнює позиції – до 48 168 тис. грн (+15,00%), стаючи другим за значимістю ринком. Литва та Вірменія, що зазнали різкого обвалу у 2024 р., у 2025 р. частково відновилися, проте їх обсяги залишаються значно нижчими за рівень 2023 р. Загалом у 2025 р. експорт відновився в усіх країнах присутності, а сукупний обсяг зріс на 7,39% до 365 446 тис. грн, що свідчить про поступове подолання негативних тенденцій та поширення географії збуту.

У 2025 році продукцію підприємства експортували до Узбекистану, Казахстану, Литви, Польщі, Румунії, Молдови, Вірменії та Азербайджану. Найбільша частка припала на Узбекистан, що свідчить про стратегічну орієнтацію на ринки Центральної Азії. Графічно дані представлені на рис. 2.7

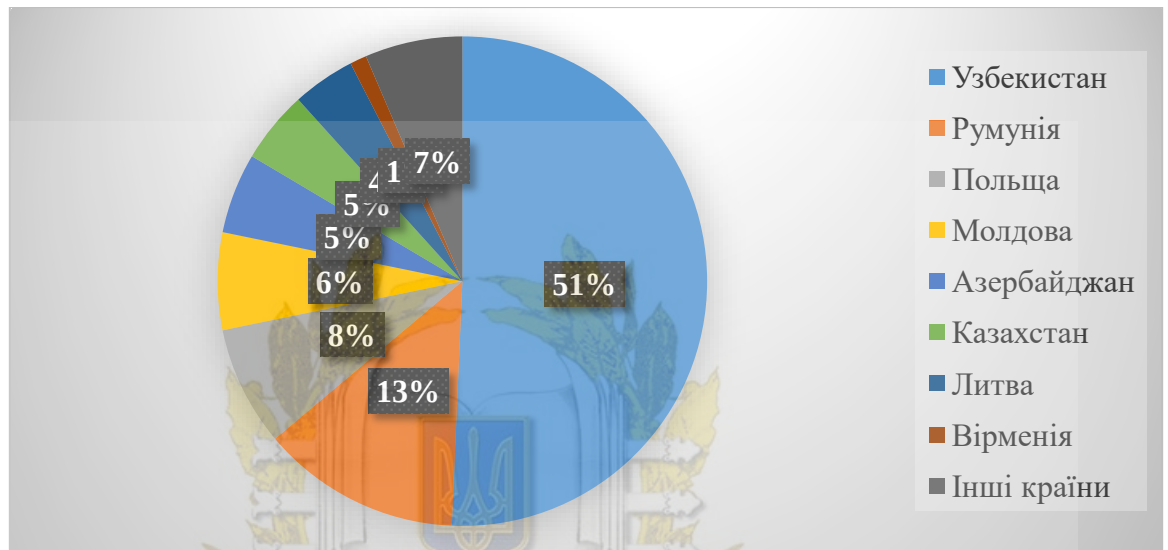


Рисунок 2.7 – Географічна структура експорту ТОВ «ПлазмаТек» за 2025 рік

Основними товарами, які підприємство експортувало, були зварювальні електроди та обміднений зварювальний дріт. З метою розширення географії збуту та посилення конкурентних позицій ТОВ «ПлазмаТек» активно формує свою присутність на зарубіжних ринках.

Таблиця 2.6 – Питома вага країн в експорті ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр.

Країни	2023		2024		2025		Відхиленн я 2024/2023	Відхиленн я 2025/2024
	тис.грн	пито ма вага, %	тис.грн	питом а вага, %	тис.грн	питом а вага, %		
Узбекистан	187035	48,39	178113	52,34	185 238	50,69	3,95	-1,65
Румунія	33964	8,79	41885	12,31	48 168	13,18	3,52	0,87
Польща	30075	7,78	27543	8,09	28 920	7,91	0,31	-0,18
Молдова	9926	2,57	21762	6,39	23 503	6,43	3,82	0,04
Азербайджан	24230	6,27	17651	5,19	19 416	5,31	-1,08	0,12
Казахстан	18715	4,84	16472	4,84	17 460	4,78	0,00	-0,06
Литва	42522	11,00	12616	3,71	15 139	4,14	-7,29	0,43
Вірменія	22200	5,74	3231	0,95	4 039	1,11	-4,79	0,16
Інші країни	17855	4,62	21038	6,18	23 563	6,45	1,56	0,27
Разом	386522	100,0	340311	100,0	365 446	100,00	0	0,00

Розраховано автором

Аналіз питомої ваги країн в експорті ТОВ «ПлазмаТек» за 2023–2025 рр. показує, що Узбекистан залишається основним ринком збуту, проте його частка дещо знизилася – з 52,34% у 2024 р. до 50,69% у 2025 р.

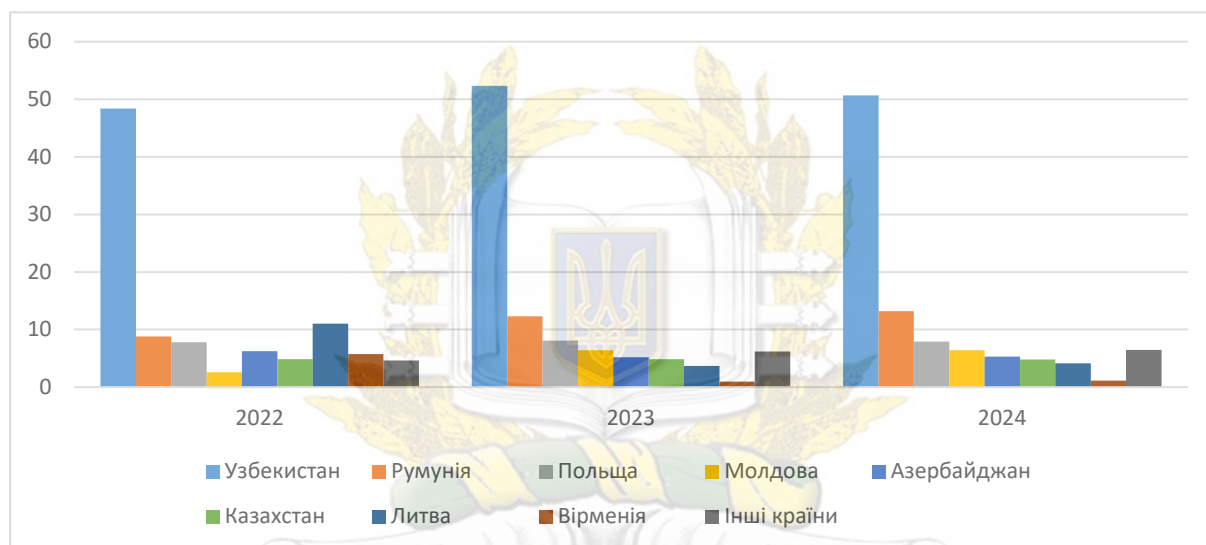


Рисунок 2.8 – Зміна питомої ваги по країнах за 2023-2025 рр., %

Позитивною тенденцією є зростання частки Румунії до 13,18% та відновлення позицій Литви (до 4,14%) і Вірменії (до 1,11%), що свідчить про поступову диверсифікацію експортних ринків. Частки Польщі та Казахстану залишаються відносно стабільними, тоді як зростання питомої ваги «Інших країн» до 6,45% вказує на поширення географії збуту підприємства. Графічно дані представлені на рис 2.8.

Участь у провідних міжнародних виставках у Європі, Центральній Азії та Північній Америці розглядається як стратегічний інструмент для виходу на нові ринки: такі заходи сприяють налагодженню партнерських зв'язків, підвищенню впізнаваності бренду та поступовому освоєнню нових сегментів світового ринку.

ТОВ «ПлазмаТек» активно розвиває присутність на міжнародних ринках, презентуючи високотехнологічну продукцію на провідних виставках у Європі, Центральній Азії та Північній Америці. Кожен із даних заходів є важливим кроком у пошуку нових партнерів, просуванні бренду та завоюванні світових ринків. Основини виставками у яких брала участь ТОВ «ПлазмаТек» для розширення потенціалу експорту представлені у таблиці (табл. 2.7):

Таблиця 2.7 – Участь ТОВ «ПлазмаТек» у міжнародних галузевих виставках

Виставка	Місце та дата	Ключові результати
Wire and Tube 2022	Дюссельдорф, Німеччина Червень 2022	Представлено інноваційні рішення у плазмовому різанні та зварюванні. Переговори з клієнтами з Німеччини, Польщі та Італії. Відкриття перспектив на ринках ЄС.
TajBuild 2023	Душанбе, Таджикистан 13 жовтня 2023	Презентація зварювальних апаратів та обладнання для обробки металів. Офіційне відкриття представництва «Monolith Sang» у Центральній Азії.
UzSroyExpo-2024	Ташкент, Узбекистан 29 жовтня 2024	Презентація рішень для промислового будівництва. Зміцнення позицій на ринку та встановлення контактів з партнерами з Казахстану, Киргизстану та Туркменістану.
Metalworking & Manufacturing Expo 2025	Ленглі та Вінніпег, Канада 2025	Представлення продукції через «Monolith Bison». Переговори з місцевими виробниками щодо виходу на північноамериканський ринок.
UzBuild 2025	Ташкент, Узбекистан 2025	Презентація нових моделей зварювальних апаратів та систем для промислового будівництва. Закріплення статусу надійного постачальника в регіоні.

Отже, ТОВ «ПлазмаТек» має сформований експортний потенціал, що підтверджується стабільною присутністю на ринках кількох країн, відновленням обсягів експорту у 2025 р. та активною участю в міжнародних галузевих виставках. Географія збуту поступово диверсифікується, зокрема зміцнюються позиції на європейських ринках, що свідчить про стратегічну орієнтацію підприємства на розширення міжнародної присутності. Водночас надмірна концентрація збуту на окремих ринках і зниження рентабельності вказують на необхідність збалансування експортної активності з підвищенням операційної ефективності як ключової внутрішньої передумови сталого розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «ПЛАЗМАТЕК»

3.1 Оптимізація географії експорту: перспективні ринки та інструменти проникнення

Розширення географії експорту дозволить ТОВ «ПлазмаТек» значно збільшити обсяги збуту високотехнологічної продукції за рахунок виходу на нові перспективні ринки з високим попитом на якісні зварювальні матеріали. Диверсифікація експортних напрямків дасть змогу компанії знизити залежність від окремих регіонів та мінімізувати ризики, пов'язані з економічною нестабільністю чи політичними факторами в конкретних країнах. Використання наявних сертифікатів якості міжнародного рівня відкриває широкі можливості для проникнення на ринки Європи, Північної Америки та Азії, де спостерігається стабільний попит на зварювальні матеріали. Крім того, розширення експортної діяльності сприятиме зростанню міжнародного впізнавання бренду, підвищенню конкурентоспроможності компанії на глобальному рівні та отриманню додаткових джерел прибутку для подальшого інвестування в інноваційний розвиток виробництва.

Особливу увагу в контексті оптимізації географії експорту варто приділити швидкозростаючому ринку Індії, який демонструє динамічний розвиток та відкритість до співпраці з міжнародними постачальниками як одному з ключових інструментів проникнення на перспективні ринки. Світовий ринок зварювальних електродів характеризується високою конкуренцією, оскільки на ньому представлено численних виробників і постачальників з усього світу. Основними чинниками, що формують попит на цю продукцію, є активний розвиток інфраструктури, процеси індустріалізації та будівництва по всьому світу. Важливо відзначити, що зварювальні електроди знаходять широке застосування у ключових

галузях промисловості, зокрема в автомобільній, будівельній та нафтогазовій сферах, що забезпечує стабільний попит на дану продукцію.

Так, однією із перспективних країн для розширення експортних ринків ТОВ «ПлазмаТек» є Індія. Вона є однією з найбільш динамічних країн для експорту високотехнологічної продукції, зокрема зварювальних електродів, завдяки активній індустріалізації та масштабним інфраструктурним проектам. Ринок зварювальних електродів в Індії має багату історію розвитку, яка тісно пов'язана із загальним промисловим прогресом країни. Сам ринок зварювальних електродів у Індії оцінюється в 1,2 мільярда доларів із середньорічними темпами зростання близько 6%, причому лідируючими регіонами з найбільшою часткою ринку є Західна та Центральна Індія, що обумовлено насамперед їх добре розвиненою транспортною та логістичною інфраструктурою, яка створює сприятливі умови для реалізації стратегії входження через різні канали дистрибуції [50].

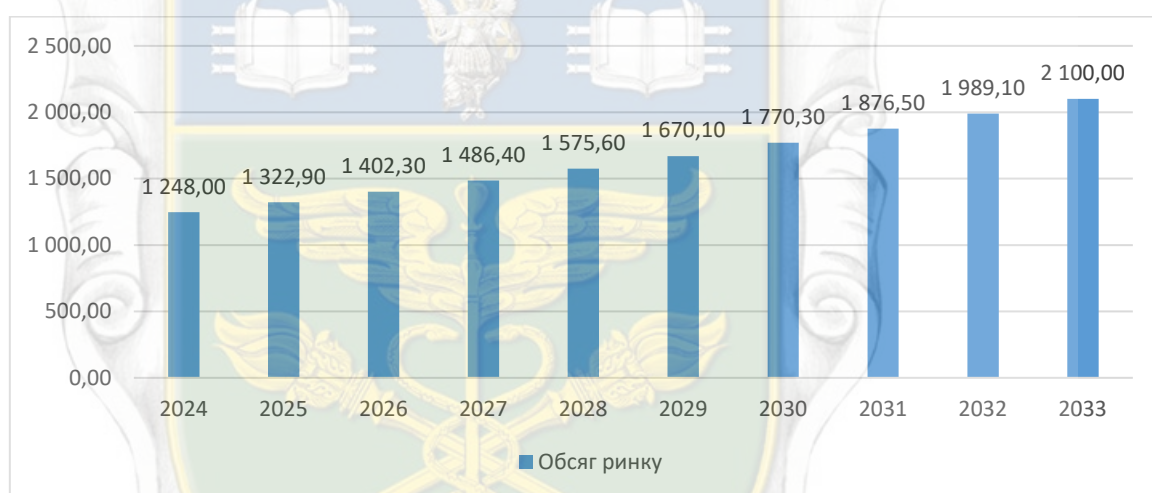


Рисунок 3.1 – Прогноз обсягу ринку зварювальних електродів в Індії на період 2024-2033 рр., млн дол. США [50]

Аналіз даних свідчить про стабільну позитивну динаміку розвитку ринку зварювальних електродів в Індії протягом періоду 2024-2033 років. Очікуване зростання обсягу ринку з 1,248.0 млн доларів США у 2024 році до 2,100.0 млн доларів США у 2033 році, що становить 68.3% загального приросту, демонструє високий потенціал розвитку галузі. Показники підтверджують привабливість індійського ринку зварювальних електродів для довгострокових інвестицій та

стратегічного планування діяльності виробників і постачальників профільної продукції [39].

Таблиця 3.1 – Динаміка обсягу експорту Індії по товарній групі 831110 (Покриті електроди з недорогоцінного металу для електродугового зварювання) у 2023-2025 рр., тис. дол. США

Країна	2023	2024	2025	Темп приросту 2024/2023, %	Темп приросту 2025/2024, %
Світ	41329	49512	59499	19,80	20,17
ОАЕ	6470	12056	13438	86,34	11,46
Саудівська Аравія	2760	5316	7642	92,61	43,76
Нігерія	2525	2873	4525	13,78	57,49
Непал	2366	2642	2944	11,67	11,43
Катар	198	826	2247	317,17	172,03

Розраховано автором за даними [51]

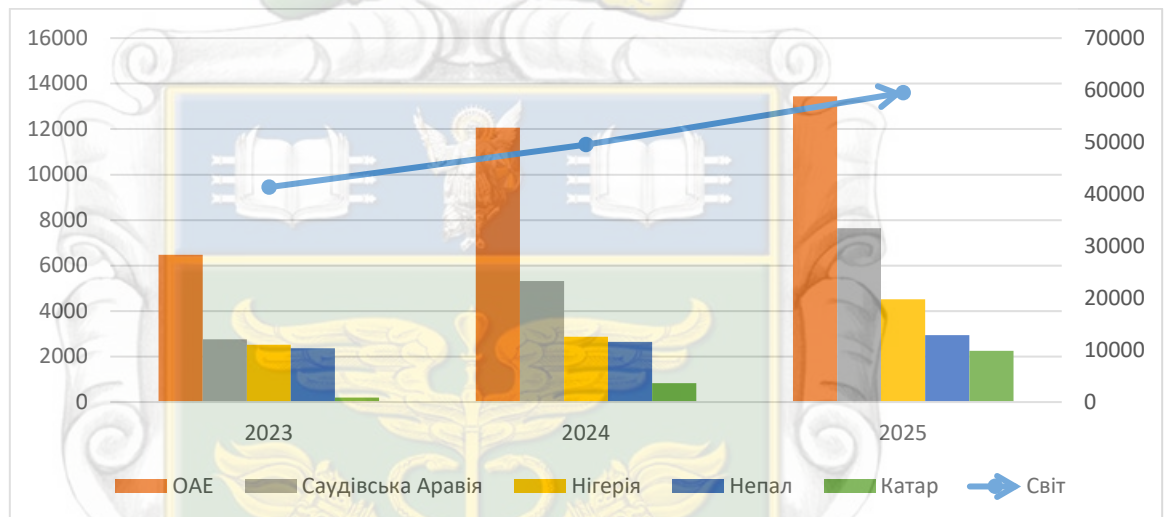


Рисунок 3.2 – Динаміка обсягу експорту Індії по товарній групі 831110 у 2023-2025 рр., тис. дол. США

У 2023–2025 рр. світовий експорт Індії за товарною групою 831110 демонстрував стале зростання – з 41 329 до 59 499 тис. дол., що свідчить про підвищення конкурентоспроможності індійської продукції та розширення її присутності на зовнішніх ринках. Найбільш динамічне зростання спостерігалось на ринках країн Близького Сходу: зокрема, експорт до Катару збільшився на 317,17% у 2024 р. та на 172,03% у 2025 р., а до Саудівської Аравії – на 92,61% та 43,76% відповідно. Значне зростання також характерне для ОАЕ, хоча темпи його уповільнилися у 2025 р. (+11,46%). Нігерія та Непал демонструють стабільну позитивну динаміку експорту. Загалом структура експортних потоків Індії свідчить

про активне зміщення в бік країн Близького Сходу та Африки, що формує нові центри попиту на продукцію даної товарної групи.

Таблиця 3.2 – Експортний потенціал Індії по товарній групі 831110 (Покриті електроди з недорогоцінного металу для електродугового зварювання)

Країни	Експортний потенціал	Експорт	Нереалізований потенціал
Китай	14 млн	2,2 млн	12 млн
США	2,3 млн	4,8 млн	-
Швеція	2 млн	212 тис.	1,7 млн
Японія	1,7 млн	800 тис.	870 тис.
ОАЕ	1,1 млн	0	1,1 млн

Розраховано автором за даними [51]

Постачальниками з найбільшим потенціалом щодо експорту товарної групи 831110 (покриті електроди з недорогоцінних металів для електродугового зварювання) до Індії є Китай, Сполучені Штати Америки та Швеція. Китай демонструє найбільшу абсолютну різницю між потенційним та фактичним експортом у вартісному вимірі, що свідчить про можливість додаткового нарощування поставок на суму близько 12 млн дол. США. Це становить приблизно 53% загального нереалізованого експортного потенціалу, що підкреслює стратегічну роль Китаю як ключового постачальника у даному сегменті міжнародної торгівлі.

Одним із ключових напрямів розвитку ТОВ «ПлазмаТек» є розширення географії експорту зварювальних електродів. За результатами аналізу зовнішніх ринків, найбільш перспективним для виходу визначено ринок Індії, що зумовлено рядом структурних та кон'юнктурних факторів.

Таблиця 3.3 – Ключові фактори привабливості індійського ринку для ТОВ «ПлазмаТек»

Фактор	Характеристика
Попит на ринку	Високий та зростаючий попит на зварювальні електроди завдяки активній індустріалізації та масштабним інфраструктурним проектам
Структура ринку	2499 виробників та 6254 імпортери — динамічний і конкурентний ринок з широкими можливостями для іноземних постачальників
Наявна сертифікація	Міжнародні сертифікати ISO 9001, TÜV Rheinland, CWB спрощують адаптацію до вимог IS 814:2004 та отримання ліцензії BIS

Продовження таблиці 3.3

Конкурентні переваги	Власна рецептура, індивідуальне маркування, R&D центр та інноваційні технології забезпечують якість, що перевищує місцеві аналоги
Стратегічна диверсифікація	Вихід на ринок Індії знижує залежність від традиційних ринків (Центральна Азія, Східна Європа) та відкриває «ворота» до інших країн Південної Азії

Важливою умовою виходу на індійський ринок є дотримання регуляторних вимог. Відповідно до «Наказу про зварювальні дроти, стрижні та електроди (контроль якості) 2023 року», уся продукція, що імпортується або реалізується в Індії, повинна відповідати стандарту IS 814:2004 та мати знак маркування ISI, виданий Бюро індійських стандартів (BIS). Без даного знаку продукція не може бути законно ввезена або реалізована на ринку. Отримання сертифікації BIS є, таким чином, обов'язковим етапом для ТОВ «ПлазмаТек».

Сертифікація BIS надає суттєві переваги: офіційне схвалення регуляторних органів, конкурентну перевагу перед несертифікованими аналогами, доступ до державних і комерційних тендерів, а також підвищення довіри споживачів у секторах будівництва, машинобудування та важкої промисловості.

Для визначення оптимального способу виходу на ринок проведено порівняльний аналіз трьох ключових інструментів проникнення, що представлений в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Порівняльний аналіз інструментів проникнення ТОВ «ПлазмаТек» на ринок Індії

Інструмент	Витрати та ризик	Переваги	Недоліки	Контроль
Прямий експорт (через дистриб'юторів)	Низькі / середній	Повний контроль стратегії; прямий контакт із клієнтом; максимізація прибутку	Висока собівартість виходу; мовний та культурний бар'єр	Високий
Дочірнє підприємство (ПП)	Дуже високі / високий	Повна адаптація під локальні вимоги; державна підтримка	Великі інвестиції; складне адміністрування;	Максимальний

Продовження таблиці 3.4

Піггібекінг (партнерство)	Низькі / низький	Швидкий доступ до ринку; знання партнера; підвищення довіри споживачів	Ризик розмивання бренду; обмежений контроль ціноутворення та маркетингу	Обмежен ий
------------------------------	---------------------	---	--	---------------

З огляду на поточний рівень ресурсів та стратегічні пріоритети ТОВ «ПлазмаТек», найбільш доцільним на початковому етапі є прямий експорт через місцевих дистриб'юторів. Потенційними партнерами можуть виступити: Goyal Enterprises (Калькутта), Eureka Electrodes And Wires Private Limited (Тамілнад), Rudra Universal Exports (Чхаттісгарх), а також галузеві асоціації – Indian Institute of Welding та Confederation of Indian Industry.

У довгостроковій перспективі, після закріплення на ринку та нарощування обсягів збуту, доцільно розглянути відкриття власного представництва або виробничого підрозділу в Індії з використанням державних програм підтримки іноземних інвесторів Make in India та Invest India.

Таким чином, вихід ТОВ «ПлазмаТек» на індійський ринок відповідає загальній стратегії розширення міжнародної присутності компанії, дозволяє диверсифікувати експортні потоки та забезпечити стабільне зростання у довгостроковій перспективі. Реалізація цих заходів потребує комплексного підходу: аналізу ринкових умов, адаптації продукції до стандарту IS 814:2004, отримання сертифікації BIS та вибору оптимального партнера для дистрибуції.

Отже, індійський ринок зварювальних електродів є одним із найбільш перспективних напрямів розширення експортної діяльності ТОВ «ПлазмаТек», що зумовлено стрімким зростанням попиту внаслідок масштабної індустріалізації та розвитку інфраструктури. Аналіз конкурентного середовища та наявного нереалізованого експортного потенціалу свідчить про реальні можливості для закріплення підприємства на цьому ринку. Оптимальною стратегією входження на початковому етапі є прямий експорт через місцевих дистриб'юторів, який забезпечує контроль над ціноутворенням і брендом за мінімальних початкових

інвестицій. Ключовою передумовою виходу залишається отримання сертифікації BIS та адаптація продукції до вимог стандарту IS 814:2004, що відкриє доступ як до приватного, так і до державного секторів індійської економіки.

3.2 Економічна ефективність запроваджених методів

Запровадження комплексної стратегії виходу ТОВ «ПлазмаТек» на ринок Індії передбачає не лише географічне розширення експорту, але й оцінку економічної доцільності кожного з запропонованих методів проникнення. Для подальшого розвитку експорту із використанням зростаючого експортного потенціалу необхідно запровадити покрокову Road Map яка враховує сучасні виклики та можливості глобалізованого бізнес-середовища і дозволить компанії не лише збільшити обсяги експорту, але й забезпечити стабільний ріст прибутку. Компанія є провідним виробником із чітко визначеною експортною стратегією, де географія збуту та пріоритетні ринки постійно аналізуються та оновлюються. Покрокову Road Map виходу ТОВ «ПлазмаТек» на ринок Індії наведено на рисунку 3.3.

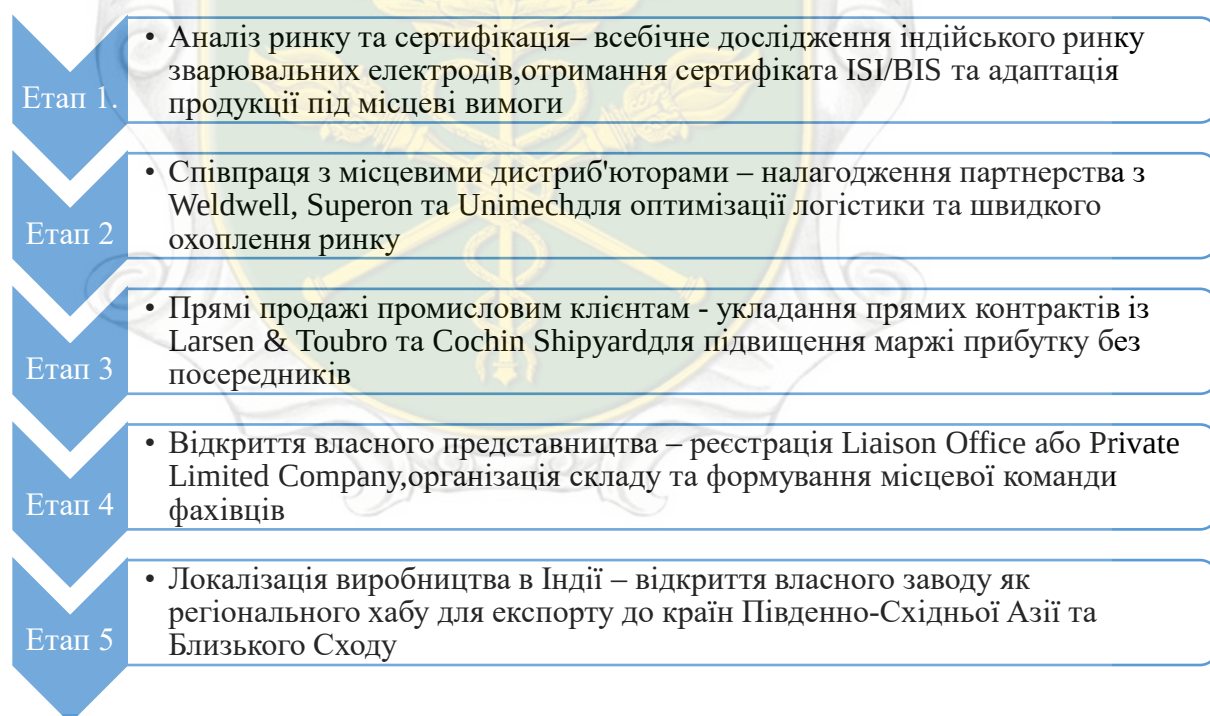


Рисунок 3.3 – Покрокова Road Map виходу ТОВ «ПлазмаТек» на ринок Індії

Оцінка економічної ефективності запроваджених методів проникнення на індійський ринок базується на послідовному аналізі витрат та вигод на кожному етапі впровадження стратегії. Перший етап включає всебічний аналіз ринку зварювальних електродів Індії, отримання необхідної сертифікації та адаптацію продукції під місцеві вимоги – даний ключовий крок закладе основу для подальших дій. Глобальний ринок зварювальних електродів є динамічним сегментом промисловості, що розвивається під впливом зростання світової економіки, індустріалізації та технологічних інновацій (рис. 3.4).

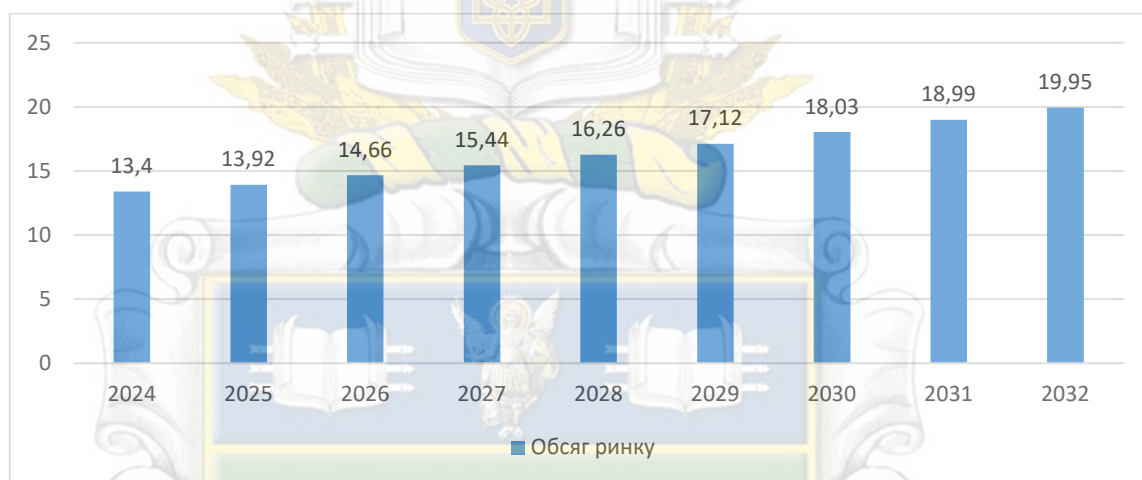


Рисунок 3.4 – Прогноз обсягу світового ринку зварювальних електродів на період 2024-2032 рр., млрд дол. США.

За даними аналітичних звітів, таких як Fortune Business Insights [46], обсяг ринку зварювальних електродів у 2024 році оцінювався приблизно в 13,4 млрд дол. США. Прогнозується, що ринок зросте з 13,92 млрд доларів США у 2025 році до 19,95 млрд доларів США до 2032 року, демонструючи середньорічний темп зростання 5,3% протягом прогнозованого періоду. Це зростання обумовлене збільшенням попиту в ключових галузях, зокрема автомобільній промисловості, будівництві, суднобудуванні, нафтогазовій та аерокосмічній сферах, де зварювання є невід’ємною частиною виробничих процесів.

Основним сертифікатом, який відкриває доступ на ринок Індії, є ISI, витрати на його отримання становлять до 60 тис. індійських рупій (близько 29 тис. грн.), що є відносно невисоким вхідним бар’єром з урахуванням потенційного економічного ефекту від виходу на перспективний ринок.

Оцінка конкурентного середовища свідчить про високий рівень конкуренції на індійському ринку зварювальних електродів, проте наявність сильних гравців водночас створює точку відліку для ефективного позиціонування. Основні конкуренти на індійському ринку представлено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 – Основні конкуренти ТОВ «ПлазмаТек» на міжнародних ринках

Компанія	Характеристика	Рік заснування	Чисельність працівників, осіб	Основна продукція	Чистий дохід (виручка), 2025 р., тис. дол. США
Ador Welding Limited	Один із найстаріших та найбільших індійських виробників зварювальних електродів і матеріалів.	1951	862	Електроди, дроти, флюси, обладнання	133 655
ESAB India Limited	Дочірня компанія глобального лідера у сфері зварювання, що повністю покриває сегмент вологого і сухого зварювання.	1960	1 320	Витратні матеріали, обладнання, автоматизація	163 512
Lincoln Electric India Pvt. Ltd.	Підрозділ американської корпорації Lincoln Electric, що пропонує електроди для різних видів зварювання.	1997	470	Електроди, автоматизовані системи, плазмове різання	59 524

Середня вартість зварювальних електродів цих виробників коливається від 1000 до 8000 рупій (500–3900 грн.) залежно від типу електрода, матеріалу та мети використання. Це дає змогу ТОВ «ПлазмаТек» чітко орієнтуватися в ціновому просторі та формувати конкурентоспроможну цінову політику. Аналіз конкурентів також дозволяє визначити оптимальну стратегію позиціонування: для початкового етапу виходу доцільно обрати середній ціновий сегмент із акцентом на якість та відповідність міжнародним стандартам EN та ISO, що вигідно відрізняє продукцію ТОВ «ПлазмаТек» від більш бюджетних місцевих аналогів. Така стратегія дозволить уникнути прямої цінової конкуренції з Ador Welding та ESAB India і сформувати власну нішу у сегменті промислових замовників, для яких якість і надійність важливіші за ціну. Економічний ефект від правильного позиціонування проявляється у вищій маржі прибутку: преміальне позиціонування дає можливість

утримувати маржинальність на рівні 18–22%, тоді як конкуренція виключно за ціною знижує цей показник до 8–12%.

Другий етап – співпраця з місцевими дистриб'юторами – забезпечує економічну ефективність за рахунок оптимізації логістичних витрат та швидкого захоплення сегментів ринку. Місцевих дистриб'юторів на індійському ринку представлено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Місцеві дистриб'ютори на індійському ринку

Компанія	Характеристика
Weldwell Speciality Pvt. Ltd.	Один із провідних індійських дистриб'юторів зварювальних матеріалів, що співпрацює з багатьма промисловими підприємствами та має широку мережу збуту по всій країні. Має досвід імпорту, налагоджені логістичні канали та репутацію надійного партнера серед промислових клієнтів.
Superon Schweisstechnik India Ltd.	Великий дистриб'ютор і виробник зварювальних електродів та дротів, який активно займається імпортом і реалізацією іноземної продукції на індійському ринку. Має сучасні склади, розвинуту дилерську мережу та досвід просування нових брендів у сегменті промислового зварювання.
Unimech Weldtech Pvt. Ltd.	Спеціалізований постачальник зварювальних матеріалів і обладнання, що обслуговує великі будівельні та інфраструктурні компанії Індії. Орієнтується на довгострокові партнерства та активно розширює асортимент імпортової продукції.

Співпраця з цими партнерами дозволить ефективно інтегруватися в існуючу дистрибуційну мережу та мінімізувати витрати на власну логістичну інфраструктуру.

Невід'ємною складовою успішного виходу на індійський ринок є належне митне оформлення вантажів. Індія має розгалужену та суворо регламентовану систему митного контролю, що перебуває у компетенції Центрального бюро з непрямих податків і митниці (CBIC). Усі імпортні операції здійснюються через електронну платформу ICEGATE, яка забезпечує централізоване приймання та обробку митних декларацій. Зокрема, першим великим портом входу для товарів ТОВ «ПлазмаТек» визначено порт Мумбаї (Jawaharlal Nehru Port, JNPT) – один із найбільших контейнерних портів Азії, що обробляє понад 60% усього контейнерного вантажообігу Індії та є ключовим хабом для імпорту промислової продукції. Для здійснення митного оформлення вантажу в порту Мумбаї (JNPT) необхідно підготувати повний комплект товаросупровідних та митних документів.

Перелік обов'язкових документів для імпорту зварювальних електродів до Індії наведено у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7 – Перелік документів для митного оформлення партії електродів ТОВ «ПлазмаТек» при ввезенні до Індії

№	Документ	Призначення / вимога
1	Commercial Invoice	Основа для нарахування митних платежів; вказує ціну СІР
2	Packing List	Деталізація кількості, ваги, маркування вантажних місць
3	Bill of Lading (B/L)	Право власності та отримання вантажу в порту призначення
4	Certificate of Origin (EUR.1 / Form A)	Підтвердження країни походження; необхідний митницею CBIC
5	Insurance Certificate	Обов'язковий за умовами СІР; покриває весь маршрут
6	Test/Quality Certificate	Підтвердження відповідності EN/ISO; може вимагатися сертифікація BIS та отримання права на нанесення ISI-маркування відповідно до чинних вимог індійського законодавства
7	Bill of Entry (Customs Import Declaration)	Обов'язкова індійська митна декларація (подається через ICEGATE)

Наявність повного комплекту зазначених документів є обов'язковою умовою для митного очищення вантажу через портову митницю Мумбаї (JNPT) та подальшої реалізації електродів Monolith на ринку Індії. Варто зазначити, що індійська митна процедура є багаторівневою: після фізичної перевірки вантажу та підтвердження відповідності документів митний брокер отримує дозвіл на випуск товару – так зване “Out of Charge”. Будь-яка невідповідність у документах, зокрема розбіжність між інвойсом та пакувальним листом або відсутність BIS-сертифіката, може призвести до затримки вантажу та додаткових штрафних санкцій. Своєчасна та коректна підготовка митного пакету документів є, таким чином, не лише формальною вимогою, а й ключовим чинником операційної ефективності та надійності поставок ТОВ «ПлазмаТек» на індійський ринок.

Важливим аспектом економічної ефективності є оцінка результатів локалізації виробництва. Сукупний ефект від чотирьох ключових чинників економії може забезпечити зниження собівартості продукції на 25–35%, що відкриє можливості або для збільшення маржі прибутку, або для більш агресивного

цінового позиціонування. Основні чинники економії при локалізації виробництва наведено на рисунку 3.3.

Робоча сила	середній рівень заробітної плати в Індії становить 380 дол. США, що на 30% менше ніж в Україні – пряма економія на фонді оплати праці;
Сировина та матеріали	Індія є одним із найбільших споживачів низьковуглецевого дроту та флюсових матеріалів, тому місцеві ланцюги постачання скорочують витрати на матеріали на 10–15%;
Митні збори	виробництво на місці повністю усуває імпортне мито, яке в Індії на зварювальні електроди складає 7,5–10%;
Логістика	скорочення транспортного плеча та витрат на страхування вантажів при переході від імпорту до локального збуту.

Рисунок 3.3 - Ключові чинники зниження собівартості продукції ТОВ «ПлазмаТек» при локалізації виробництва в Індії

Третій етап Road Map – розвиток прямих продажів великим промисловим клієнтам в Індії – абсолютно виправданий з економічної точки зору: відсутність посередників збільшує маржу прибутку з кожного контракту. Ефективним об'єктом для прямих продажів є Larsen & Toubro Limited – провідний індійський конгломерат у сферах машинобудування, будівництва, енергетики та інфраструктури, який регулярно закуповує великі обсяги зварювальних електродів для виробництва важкої техніки, будівництва мостів, електростанцій, нафтогазових об'єктів і промислових споруд. Окрему увагу приділяє електродам з підвищеною міцністю, стійкістю до корозії та відповідністю міжнародним стандартам якості. У сегменті суднобудування ефективним партнером виходячи з потреб у спеціалізованих електродах для зварювання корпусів із вуглецевої та нержавіючої сталі в умовах високої вологості та впливу морської води, є Cochin Shipyard Limited.

Четвертий етап – відкриття власного представництва – є логічним продовженням експансії і передбачає повноцінну локалізацію операційної діяльності. Вибір оптимальної організаційно-правової форми (Liaison Office або Private Limited Company), організація власного складу та формування місцевої команди – це те, що значно покращує якість обслуговування клієнтів та оптимізує

операційні процеси. Важливим плюсом для економічної ефективності цього етапу є наявний досвід ТОВ «ПлазмаТек» у відкритті закордонних представництв в Узбекистані, Казахстані та Таджикистані, що дозволить швидко адаптуватися до місцевих умов і уникнути типових помилок.

У перспективі розглядається також повна локалізація виробництва на території Індії – п'ятий етап, який є стратегічним вектором розвитку експортного потенціалу підприємства. Завод в Індії може стати ключовим хабом для експорту продукції до сусідніх країн Південно-Східної Азії та Близького Сходу, що забезпечить диверсифікацію ринків збуту та збільшення глобального впливу компанії. Варто враховувати і ряд обмежень цього етапу:

- високі інвестиційні витрати на будівництво або оренду виробничих потужностей;
- необхідність навчання місцевого персоналу технологіям виробництва ТОВ «ПлазмаТек»;
- адаптація сировинної бази до місцевих стандартів і специфіки постачальників;
- конкуренція з місцевими брендами, що мають усталену репутацію на внутрішньому ринку.

Проте локалізація виробництва дасть змогу отримати доступ до державних закупівель та великих контрактів, оскільки індійські проекти часто віддають перевагу місцевій продукції.

Загалом, запропонована Road Map повністю відповідає стратегічним цілям експортної політики ТОВ «ПлазмаТек» щодо розширення географії збуту та реалізації експортного потенціалу. Вона враховує всі ключові аспекти успішного проникнення на ринок Індії – від аналізу ринкових умов та сертифікації продукції до повної локалізації виробництва. Такий підхід забезпечує гнучкість та адаптацію до місцевих умов, що є критично важливим для успішної конкуренції з місцевими та міжнародними виробниками. Крім того, реалізація даної стратегії сприятиме диверсифікації ринків збуту, зменшенню залежності від традиційних регіонів

експорту та забезпечить стабільне зростання підприємства у довгостроковій перспективі.

Поряд із прямим фінансовим ефектом реалізація запропонованої стратегії генерує низку додаткових позитивних змін для експортного потенціалу ТОВ «ПлазмаТек», які наведено у таблиці 3.8.

Таблиця 3.8 – Стратегічні ефекти від реалізації Road Map ТОВ «ПлазмаТек»

Стратегічний ефект	Показник до впровадження	Очікуваний результат
Диверсифікація географії збуту – зниження залежності від Узбекистану	Частка Узбекистану – 50,69% (2025 р.)	Зниження частки до 46% при зростанні загального експорту
Зростання частки експорту у чистому доході підприємства	31,29% (2025 р.), після падіння з 36,85% у 2023 р.	Відновлення понад 36% протягом 4 років (+21,9% обсягу експорту)
Підвищення впізнаваності бренду Monolith та географічна експансія	Присутність на 8 ринках збуту	Вихід на ринок Індії + перспектива Пакистану, Бангладешу, Шрі-Ланки

Отже, реалізація покрокової Road Map виходу ТОВ «ПлазмаТек» на ринок Індії є економічно обгрунтованим рішенням, адже невисокі вхідні витрати (зокрема, сертифікація BIS в межах 29 тис. грн.), потужна дистрибуційна мережа партнерів, прямі зв'язки з великими промисловими споживачами та перспектива локалізації виробництва забезпечують компанії чіткий шлях до зниження собівартості, збільшення обсягів експорту та зміцнення позицій на одному з найбільш перспективних світових ринків. Комплексне впровадження запропонованих методів сприятиме суттєвому зростанню експортного потенціалу підприємства, забезпечуючи його конкурентоспроможність, стабільність та довгостроковий розвиток. Це також сприятиме зміцненню позицій України як виробника високотехнологічної продукції та збільшенню її частки у світовому експорті.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У ході дослідження встановлено, що розвиток експортного потенціалу є ключовим чинником забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах глобалізації та воєнних викликів.

Розглянуто теоретичні джерела щодо сутності експортного потенціалу підприємства та механізмів його розвитку в умовах глобалізації. Визначено, що експортний потенціал охоплює виробничі, фінансові, кадрові, інноваційні та маркетингові можливості підприємства для ефективної зовнішньоекономічної діяльності та залежить від адаптації до вимог міжнародних ринків, якості продукції й наявності відповідної сертифікації.

Здійснено організаційно-економічний аналіз діяльності ТОВ «ПлазмаТек» та оцінено його експортний потенціал. Встановлено, що підприємство займає вагомі позиції на внутрішньому ринку, має сучасну виробничу базу, власний R&D центр та міжнародні сертифікати якості ISO 9001, TÜV Rheinland і CWB. Виявлено значну концентрацію експорту на ринку Узбекистану (50,69% у 2025 р.), що створює ризики залежності від одного ринку та потребує диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності. Встановлено також, що участь підприємства у міжнародних виставках позитивно впливає на просування бренду та розширення партнерських зв'язків.

Надано обґрунтування перспектив розвитку експортного потенціалу ТОВ «ПлазмаТек» шляхом виходу на ринок Індії. Встановлено, що індійський ринок зварювальних електродів оцінюється в 1,2 млрд дол. США із середньорічними темпами зростання близько 6%, що свідчить про його значний потенціал. Визначено, що для успішного виходу на цей ринок підприємству необхідно отримати сертифікацію BIS та адаптувати продукцію до вимог стандарту IS 814:2004.

Встановлено оптимальний спосіб виходу підприємства на індійський ринок – прямий експорт через місцевих дистриб'юторів (Weldwell Speciality, Superon Schweisstechnik India, Unimech Weldtech). Такий підхід дозволяє мінімізувати

ризика та скоротити витрати на початковому етапі. У довгостроковій перспективі визначено доцільність відкриття власного представництва в Індії та можливої локалізації виробництва.

В ході дослідження запропоновано для ТОВ «ПлазмаТек» з метою підвищення та удосконалення експортного потенціалу такі заходи:

1. Отримати сертифікацію BIS та адаптувати продукцію до вимог стандарту IS 814:2004, що відкриє доступ до державних і комерційних тендерів індійського ринку та забезпечить конкурентну перевагу перед несертифікованими аналогами.

2. Налагодити співпрацю з місцевими дистриб'юторами (Weldwell Speciality, Superon Schweisstechnik India) та великими промисловими споживачами (Larsen & Toubro, Cochin Shipyard) для формування ефективної системи збуту і укладання довгострокових контрактів на ринку Індії.

3. Реалізувати поетапну Road Map виходу на ринок Індії: від прямого експорту через дистриб'юторів та участі у виставці India Weld Expo – до відкриття власного представництва та можливої локалізації виробництва, що забезпечить зниження частки Узбекистану з 50,69% до 46% та відновлення частки експорту у чистому доході понад 36% протягом 4 років.

Отже, реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню ефективності експортної діяльності ТОВ «ПлазмаТек», зміцненню його позицій на міжнародних ринках та забезпеченню стабільного розвитку підприємства в умовах глобальної конкуренції. Крім того, це сприятиме збільшенню частки української високотехнологічної продукції на світовому ринку та зміцненню експортного потенціалу України загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С. *Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації*. Київ: КНЕУ, 2020. 394 с.
2. Артимонова І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств в умовах глобалізації. *Економіка і суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-12>
3. Батченко Л. В., Дідченко О. І. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Вісник економічної науки України*. 2022. № 1 (42). С. 87–94.
4. Безугла В. О. Формування конкурентних переваг підприємства у зовнішньоекономічній діяльності. *Ефективна економіка*. 2023. № 7. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.7.9>
5. Войтко С. В., Гавриш О. А. *Управління розвитком підприємств у конкурентному середовищі*. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 248 с.
6. Гаврилюк О. В. Державна підтримка експорту в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2023. № 2 (127). С. 18–32.
7. Гронь О., Сікаленко О. Оцінювання експортного потенціалу підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2021. № 6 (73). С. 115–122. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/73/1036.pdf>
8. Губа М. О. Механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств промислового сектору. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 64. С. 121–127. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct64-19>
9. Данилюк М. О., Шуляр Р. В. *Фінансовий менеджмент: навч. посіб.* Київ: ЦУЛ, 2021. 204 с.
10. Дунська А. Р., Грушка А. Експортний потенціал підприємств молочної промисловості: вектори розвитку в умовах глобальної невизначеності. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 21. С. 43–48. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/21.7>
11. Дюжев В. Г. Трансформація управлінських підходів у реалізації експортного потенціалу в умовах післявоєнної економіки України. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Новітні парадигми розвитку бізнесу». 2024. С. 152–153. URL: <https://www.researchgate.net/publication/383198713>

12. Єрмошенко М. М., Єрохін С. А. *Національна економіка: підручник*. Київ: Національна академія управління, 2021. 412 с.
13. *Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб.* / за ред. Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової. Київ: ЦУЛ, 2021. 291 с.
14. Іванов С. В., Ляшенко В. І., Осадча Н. В. Стратегічні напрями формування експортної стратегії України в умовах відновлення економіки. *Економічний вісник Донбасу*. 2022. № 1 (67). С. 16–27. URL: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2022-1\(67\)-16-27](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2022-1(67)-16-27)
15. Іщук С. О., Созанський Л. Й. Український товарний експорт: виклики в умовах війни та повоєнного відновлення. *Регіональна економіка*. 2024. № 1 (111). С. 81–94.
16. Калінеску Т. В., Альошкіна Л. П. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства в умовах євроінтеграції. *Бізнес Інформ*. 2023. № 5. С. 74–81. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-5-74-81>
17. Кириченко О. А., Кавтиш О. П. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2022. № 1 (247). С. 63–72.
18. Кондратенко Н., Плахотнік О., Запорожець Г. Формування та використання потенціалу експортоорієнтованого розвитку національної економіки в умовах турбулентності. *Економіка та суспільство*. 2025. № 82. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-6>
19. Корж М. В. *Маркетинг: навч. посіб.* Київ: ЦУЛ, 2020. 344 с.
20. Кузьмін О. Є., Горбаль Н. І. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): навч. посіб.* Львів: Компакт-ЛВ, 2021. 304 с.
21. Куліш Г. П. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств в умовах євроінтеграції України. *Економіка промисловості*. 2023. № 1 (101). С. 49–58. URL: <https://doi.org/10.15407/econindustry2023.01.049>
22. Луцій О. П., Майстренко О. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 3. С. 104–109.
23. Мазаракі А. А., Мельник Т. М. *Теорія і практика зовнішньоторговельної діяльності України: монографія*. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. 478 с.

24. Мельник Т. М., Пугачевська К. Й. Детермінанти розвитку експортного потенціалу вітчизняних підприємств. *Проблеми економіки*. 2022. № 4 (54). С. 115–124. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-4-115-124>

25. Міністерство економіки України. *Звіт про зовнішньоекономічну діяльність України у 2023 році*. Київ, 2024. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=ed4e2670-692d>

26. Мороз О. В., Карачина Н. П. *Стратегічний менеджмент: навч. посіб.* Вінниця: ВНТУ, 2021. 265 с.

27. Ніколаєв Є. Б. Сучасні тенденції розвитку промислового експорту України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 9. С. 31–38. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.9.31>

28. Павленко І. І., Варяниченко О. В. *Міжнародна торгівля та інвестиції: підручник*. Черкаси: Черкаський держ. технол. ун-т, 2021. 366 с.

29. Попова О. Ю., Данченко О. Б. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства. *Вісник економічної науки України*. 2023. № 1 (44). С. 74–81. URL: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2023.1\(44\).74-81](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2023.1(44).74-81)

30. *Промисловість України у 2022–2023 рр.: статистичний збірник*. Київ: Держстат України, 2024. 322 с. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>

31. Скопенко Н. С., Євсєєва-Северина І. В., Кириченко О. М. Проблеми та перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності України в умовах війни. *Ефективна економіка*. 2023. № 3. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.3.13>

32. Ставицька А., Коваленко А. Можливості реалізації експортного потенціалу України на світовому ринку. *Галицький економічний вісник*. 2023. Т. 80. № 1. С. 108–113. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/80/1135.pdf>

33. Сидоренко О. П. *Управління репутаційними ризиками експортерів*. Харків: ХНТУ, 2021. 245 с.

34. Телєтов О. С., Провозін М. В. Маркетингові стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2022. № 1. С. 179–193. URL: <https://doi.org/10.21272/mmi.2022.1-14>

35. Федулова Л. І., Пашута М. Т. Інноваційний розвиток промисловості України: орієнтири та механізми. *Економіка і прогнозування*. 2022. № 2. С. 66–88.

36. Харченко Т. О. Оцінювання зовнішньоекономічного потенціалу металургійних підприємств. *Бізнес Інформ*. 2023. № 2. С. 89–96. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-2-89-96>

37. Чухрай Н. І., Патора Р. *Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: підручник*. Київ: КНЕУ, 2020. 386 с.

38. Шарапова О. В. Методичні підходи до формування стратегії розвитку експортного потенціалу промислового підприємства. *Наукові праці МАУП*. 2023. Вип. 3 (70). С. 113–121.

39. Щербак В. Г. *Управління торговельними марками у зовнішньоекономічній діяльності*. Харків: ХНЕУ, 2021. 253 с.

40. Юрків Н. М., Корнійчук А. Я. Удосконалення системи оцінювання експортного потенціалу лісогосподарського підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2021. Т. 31. № 2. С. 68–74. URL: <https://doi.org/10.36930/40310211>

41. Ясіновська І. Ф. Вплив експортного потенціалу на структурну модернізацію національної економіки. *Економіка та суспільство*. 2024. № 66. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-83>

42. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом від 27 черв. 2014 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011

43. *Стратегія розвитку експорту в Україні на 2023–2027 роки*: затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 серп. 2023 р. № 751-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/751-2023-%D1%80>

44. Electrodes. *Moglix*. URL: <https://www.moglix.com/welding/welding-accessories/electrodes/126111400>

45. European Commission. *Trade Defence Instruments and Export Support Measures*. Brussels: DG Trade, 2023. URL: <https://ec.europa.eu/trade/policy/accessing-markets/trade-defence>

46. Fortune Business Insights. *Welding Consumables Market Size, Share & COVID-19 Impact Analysis, By Type, By Welding Technique, By Application, and Regional Forecast, 2025–2032*. 2025. URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/welding-consumables-market-101598>

47. Helpman E., Krugman P. *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition and the International Economy*. Cambridge: MIT Press, 2020. 288 p.

48. International Trade Centre. *SME Competitiveness Outlook 2023: Future-Proofing for Uncertain Times*. Geneva: ITC, 2023. 152 p. URL: <https://intracen.org/resources/publications/sme-competitiveness-outlook-2023>

49. Porter M. E. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press, 2021. 896 p.

50. *The Welding Rods and Electrodes (Quality Control) Order*: Order of 14.07.2023. URL: <https://www.bis.gov.in/wp-content/uploads/2023/07/Welding-Rod-Electrode-QCO.pdf>

51. Trade Map. *Trade statistics for international business development*. International Trade Centre. URL: <https://www.trademap.org/>

1.