Міністерство освіти і науки України

Луцький національний технічний університет

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет бізнесу та права

(повне найменування факультету)

Кафедра підприємництва, торгівлі та логістики

(повна найменування кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»

УДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (НА МАТЕРІАЛАХ СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО»)

спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

(шифр і назва спеціальності)

освітня програма Економіка підприємства

(назва освітньої програми)

Виконав: здобувач вищої освіти
Групи ПТБ(ЕП)-41
Слюсарук Олексій Олександрович

(підпис)

Керівник:
к.е.н., професор
Ковальська Любов Леонідівна

(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 2024 р.
К.е.н., доцент
Гарант освітньої програми:
Камінська Ірина Миколаївна

(підпис)

Луцьк – 2024 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет бізнесу та права
Кафедра підприємництва, торгівлі та логістики
Ступінь вищої освіти: бакалавр
Галузь знань: 07 Управління та адміністрування
Спеціальність: 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітня програма: Економіка підприємства

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

«01» 09 2023 р.

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Слюсарук Олексій Олександрович
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи «Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства (на матеріалах СП ТОВ «Модерн-Експо»)»

Керівник роботи: д.е.н., професор Ковальська Любов Леонідівна
затверджені наказом закладу вищої освіти від «30» грудня 2023 р. № 451/01-02

2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи «06» червня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи наукові публікації вітчизняних і зарубіжних учених з питань основного капіталу, періодика, монографії, підручники, посібники, фінансова та бухгалтерська звітність СП ТОВ «Модерн-Експо»

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що потрібно розробити):

РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти формування та організації зовнішньоекономічної діяльності
РОЗДІЛ 2. Аналіз зовнішньоекономічної та господарської діяльності СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО»
Висновки та пропозиції
Перелік джерел посилань
Додатки

5. Перелік графічного (ілюстративного) матеріалу:

1. Функції зовнішньоекономічної діяльності. 2. Види зовнішньоекономічної діяльності підприємства. 3. Переваги та недоліки основних видів зовнішньоекономічної діяльності. 4. Систематизація поглядів до визначення сутності поняття «ефективність зовнішньоекономічної діяльності». 5. Порівняльна характеристика підходів та методів щодо аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. 6. Основні види продукції СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО». 7. Техніко-економічні показники діяльності СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» за 2021–2023 роки, тис.грн. 8. Динаміка показників ефективності СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» за 2021–2023 роки. 9. SWOT-аналіз СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО». 10. Динаміка показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» за 2021–2023 роки. 10. Показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» за 2021–2023 роки.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		завдання видав	завдання прийн
Теоретичний розділ	*Ковальська Л.Л.*		
Аналітичний розділ	*Ковальська Л.Л.*		
Висновки та пропозиції	*Ковальська Л.Л.*		
Нормоконтроль	*Хомяк Н.В.*		

7. Дата видачі завдання 01 вересня 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	*Обґрунтування теми*	*до 29.09.2023*	виконан
2.	*Огляд літератури із досліджуваної проблеми*	*до 28.10.2023*	виконан
3.	*Теоретичний розділ*	*до 29.12.2023*	виконан
4.	*Аналітичний розділ*	*до 09.03.2024*	виконан
5.	*Висновки та пропозиції*	*до 30.03.2024*	виконан
6.	*Формування списку використаних джерел*	*до 13.04.2024*	виконан
7.	*Формування додатків*	*до 04.05.2024*	виконан
8.	*Оформлення ілюстративного матеріалу*	*до 11.05.2024*	виконан
9.	*Нормоконтроль*	*до 01.06.2024*	виконан
10.	*Інструментальна перевірка на академічний плагіат*	*до 04.06.2024*	виконан
11.	*Представлення кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту*	*до 06.06.2024*	виконан

Здобувач вищої освіти _____ Слюсарук О.О.
(підпис) (прізвище, ініціали)

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Ковальська Л.Л.
(підпис) (прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Слюсарук О.О. Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства (на матеріалах СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО»). Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Економіка підприємства» спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. Луцький національний технічний університет. Луцьк, 2024.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, двох розділів, висновків та пропозицій, переліку джерел посилання, додатків.

У роботі досліджено поняття зовнішньоекономічної діяльності підприємства, визначено основні види зовнішньоекономічної діяльності, їх переваги та недоліки та функції; здійснено систематизацію поглядів до визначення сутності поняття «ефективність зовнішньоекономічної діяльності»; здійснена порівняльна характеристика підходів та методів щодо аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Здійснено загальну характеристику та основних показників діяльності підприємства, основні види продукції; проведено SWOT-аналіз; проаналізовано показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

На основі здісненого дослідження було запропоновано проектні рішення щодо удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, ефективніть, сучасні технології, штучний інтелект, SWOT-аналіз.

ANNOTATION

Slyusaruk O.O. Improvement of the foreign economic activity of the enterprise (on the materials of JV «MODERN-EXPO» LLC). Manuscript.

Qualification work of a bachelor of Economics of enterprise, specialty 076 Entrepreneurship, trade and exchange activities. Lutsk National Technical University. Lutsk, 2024.

The qualification work of the bachelor consists of an introduction, two sections, conclusions and proposals, a list of reference sources, applications.

The work examines the concept of foreign economic activity of the enterprise, defines the main types of foreign economic activity, their advantages and disadvantages and functions; a systematization of views was carried out to determine the essence of the concept of «effectiveness of foreign economic activity»; a comparative characterization of approaches and methods for the analysis of the effectiveness of the enterprise's foreign economic activity has been carried out

The general characteristics and main indicators of the enterprise's activity, the main types of products were carried out; a SWOT analysis was conducted; indicators of the effectiveness of foreign economic activity were analyzed.

On the basis of the above research, project solutions were proposed to improve the foreign economic activity of the enterprise.

Keywords: foreign economic activity, effectiveness, modern technologies, artificial intelligence, SWOT analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП 7

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 9

1.1. Сутність та види зовнішньоекономічної діяльності підприємства 9

1.2. Особливості організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства 21

1.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності 25

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ТА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» 31

2.1. Загальна характеристика підприємства та аналіз основних показників діяльності підприємства 31

2.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства 38

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ 43

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ 48

ДОДАТКИ 50

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах глобалізації та інтеграції економік, управління зовнішньоекономічною діяльністю набуває надзвичайної важливості. Зміни в міжнародному економічному середовищі, вплив глобальних криз, таких військова агресія, швидкі технологічні зміни та зростаюча конкуренція вимагають від підприємств постійного вдосконалення стратегій управління зовнішньоекономічною діяльністю. Дослідження цієї теми дозволяє підприємствам ефективніше планувати та здійснювати міжнародні операції, мінімізувати ризики, пов'язані зі змінами на зовнішніх ринках, підвищувати конкурентоспроможність, оптимізувати процеси експорту та імпорту, і в цілому покращувати фінансові результати. Враховуючи постійне зростання ролі міжнародної торгівлі у розвитку національних економік, вивчення методів і підходів до ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю стає невід'ємною частиною стратегічного розвитку підприємств. Це дозволяє компаніям успішно інтегруватися у світові ринки, розширювати свою присутність за кордоном, забезпечувати стійкість бізнесу та адаптуватися до змінних умов глобального ринку.

Сутність, види та особливості розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств у своїх роботах досліджували такі науковці як: Бугас В.В., Казімірова О.В., Кондратенко Н.О., Тернова І.А., Колесник Т.М.

Особливості організації зовнішньоекономічної діяльності, принципи та теоретико-методичні аспекти управління розкрито у працях: Іщук С.О., Полякова Ю.В., Процевят О.С., Бестужева С.В.

Поняття ефективності зовнішньоекономічної діяльності, підходи щодо оцінювання ефективності наведено у працях: Кривов'язюк І.В., Мельник О.Г., Передало Х.С., Горошко Ю.В., Карачина Н.П., Сметанюк О.А., Вітюк А.В., Мукоід Д. Д., Петришина Н.Я., Яремчук Т.В.

Отже, вивчення шляхів та напрямків удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства є актуальним та необхідним для забезпечення його успішного функціонування та розвитку в сучасних умовах.

Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

У роботі поставлено та вирішено наступні *завдання*:

– дослідити сутність та види зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

– визначити особливості організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

– проаналізувати методи оцінки зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

– здійснити загальну характеристику підприємства та аналіз основних показників діяльності підприємства;

– здійснити аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

– запропонувати можливості для удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є процес аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні аспекти організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Інформаційною базою кваліфікаційної роботи виступили навчальна література, монографічні видання, періодичні видання, підручники, матеріали з інтернет-ресурсів; фінансова звітність підприємства.

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає у практичній реалізації запропонованих рішень.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Сутність та види зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Зовнішньоекономічна діяльність є однією з ключових складових економічного розвитку будь-якої країни, оскільки вона включає в себе широкий спектр міжнародних економічних відносин, таких як торгівля товарами та послугами, рух капіталу, технологічне співробітництво, міжнародна міграція робочої сили та обмін інформацією [1].

У сучасних умовах глобалізації та інтеграції світових ринків, зовнішньоекономічна діяльність набуває особливого значення, оскільки сприяє розвитку національної економіки, підвищенню конкурентоспроможності підприємств, залученню іноземних інвестицій та технологій.

Вона охоплює торговельні, інвестиційні, науково-технічні, виробничі та інші форми співпраці, що спрямовані на забезпечення взаємовигідного обміну ресурсами, товарами, послугами, капіталами, технологіями та інформацією між країнами.

Зовнішньоекономічна діяльність є важливим інструментом економічного розвитку країни, оскільки сприяє інтеграції національної економіки в світову систему господарювання, підвищує конкурентоспроможність підприємств, розширює ринки збуту, залучає іноземні інвестиції та новітні технології.

На основі дослідження та аналізу трактування поняття зовнішньоекономічної діяльності вітчизняними та зарубіжними науковцями, нами було визначено, що зовнішньоекономічна діяльність – сукупність економічних операцій, що здійснюються суб’єктами господарювання однієї країни з метою встановлення і розвитку економічних відносин з суб’єктами інших країн.

Суб’єктами зовнішньоекономічної діяльності є всі учасники економічних відносин, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність на міжнародному ринку.

До них належать [2]:

1. Державні органи та установи:

– уряди країн: розробляють і реалізують політику у сфері зовнішньоекономічної діяльності, встановлюють регулюючі заходи, укладають міжнародні угоди;

– міністерства та відомства: наприклад, міністерства економіки, торгівлі, закордонних справ, які займаються питаннями зовнішньоекономічної політики та її реалізацією;

– митні служби: контролюють і регулюють переміщення товарів через державний кордон, справляння мит та податків.

2. Підприємства та організації:

– експортери та імпортери: підприємства, що здійснюють продаж товарів і послуг за кордон та купівлю іноземних товарів і послуг;

– інвестори: юридичні та фізичні особи, що вкладають капітал у зарубіжні проекти та підприємства;

– міжнародні корпорації: великі компанії, що здійснюють виробничу, торговельну або інвестиційну діяльність в декількох країнах.

3. Фінансові установи:

– банки: забезпечують міжнародні розрахунки, надають кредити та інші фінансові послуги для підтримки зовнішньоекономічної діяльності;

– страхові компанії: надають послуги зі страхування ризиків, пов’язаних із зовнішньоекономічною діяльністю.

4. Логістичні та транспортні компанії:

– перевізники: здійснюють міжнародні перевезення вантажів різними видами транспорту;

– логістичні оператори: координують процеси зберігання, складування та доставки товарів між країнами.

5. Наукові та освітні установи:

– дослідницькі інститути та університети: здійснюють наукові дослідження та обмін інформацією у сфері зовнішньоекономічної діяльності, готують фахівців для роботи у міжнародному середовищі.

Об’єктами зовнішньоекономічної діяльності є товари, послуги, капітали, технології та інші ресурси, що є предметом міжнародного обміну.

Основні об’єкти зовнішньоекономічної діяльності включають [3]:

1. Товари:

– споживчі товари: продукти харчування, одяг, електроніка, автомобілі тощо;

– промислові товари: машини, обладнання, сировина, матеріали для виробництва.

2. Послуги:

– транспортні послуги: міжнародні перевезення вантажів і пасажирів;

– фінансові послуги: банківські операції, страхування, інвестиційні послуги;

– консультаційні послуги: юридичні, бухгалтерські, інженерні консультації;

– інформаційні послуги: обмін даними, науково-технічна інформація, телекомунікації.

3. Капітал:

– інвестиції: прямі іноземні інвестиції (ПІІ), портфельні інвестиції;

– кредити та позики: міжнародні банківські кредити, державні та приватні позики.

4. Технології:

– ліцензії та патенти: надання прав на використання технологій, торгових марок, винаходів;

– технологічні процеси: передача виробничих процесів, ноу-хау, технічних знань.

5. Інформація:

– науково-технічна інформація: дослідження, розробки, інновації;

– комерційна інформація: дані про ринки, споживачів, конкурентів.

Функції зовнішньоекономічної діяльності охоплюють різні аспекти економічної взаємодії між країнами, що сприяють ефективному використанню ресурсів, підвищенню конкурентоспроможності, технологічному розвитку та покращенню добробуту населення (табл. 1.1).

Таблиця 1.1. – Функції зовнішньоекономічної діяльності [4]

Функції	Завдання	Переваги
Економічна функція	Раціональне використання ресурсів	Завдяки міжнародній торгівлі країни можуть отримувати товари та послуги, яких бракує на внутрішньому ринку, обмінюючи їх на надлишкові ресурси.
	Підвищення ефективності виробництва	Зовнішньоекономічна діяльність стимулює конкуренцію, що сприяє підвищенню ефективності виробництва та зниженню витрат.
Соціальна функція	Забезпечення зайнятості	Розвиток зовнішньоекономічної діяльності сприяє створенню нових робочих місць у галузях, пов’язаних з експортом та імпортом товарів і послуг.
	Підвищення рівня життя	Доступ до різноманітних товарів і послуг за нижчими цінами сприяє покращенню добробуту населення
Фінансова функція	Надходження валютних коштів	Експорт товарів та послуг приносить валютні надходження, що покращує платіжний баланс країни.
	Інвестиції	Зовнішньоекономічна діяльність сприяє залученню іноземних інвестицій, що забезпечують розвиток інфраструктури та модернізацію виробництва.
Технологічна функція	Передача технологій	Зовнішньоекономічна діяльність сприяє обміну технологіями та ноу-хау між країнами, що сприяє технічному прогресу та модернізації виробництва.
	Інновації	Співпраця з іноземними партнерами стимулює інноваційну діяльність, що підвищує конкурентоспроможність національної економіки.
Політична функція	Зміцнення міжнародних відносин	Економічні зв’язки сприяють зміцненню політичних відносин між країнами, знижують ризики конфліктів.
	Інтеграція у світову економіку	Сприяє інтеграції національної економіки у світову систему, що забезпечує стабільний розвиток.
Інформаційна функція	Обмін інформацією	Сприяє обміну комерційною, технічною та науковою інформацією між країнами, що покращує знання про ринки та споживачів.
	Поширення досвіду	Учасники зовнішньоекономічної діяльності мають можливість переймати кращі практики та досвід ведення бізнесу від своїх зарубіжних партнерів.
Регулятивна функція	Встановлення правил торгівлі	Сприяє гармонізації торговельних правил та стандартів, що спрощує міжнародну торгівлю та знижує торговельні бар’єри.
	Контроль та моніторинг	Регулюючі органи здійснюють контроль за дотриманням законодавства у сфері, забезпечують захист національних інтересів.

Зовнішньоекономічна діяльність має комплексний характер і виконує важливі функції, що сприяють економічному зростанню, соціальному розвитку, технічному прогресу та зміцненню міжнародних відносин.

Відповідно до ЗУ «Про зовнішньоекономічну діяльність» [1] виділяють більше 10 видів зовнішноекономічної діяльності, серед яких експортні операції, фінансові, науков-дослідні кооперації, кредитні та розрахункові операції, підприємницька діяльність, що пов’язана з ноу-хау, ліцензіями, товарообмінні операції, орендні операції та інші. З-поміж усіх них нами було визначено ті, що найбільше мають місце у зовнішньоекономічній діяльності і які, власне, є складовими зовнішньоекономічної діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність включає комплекс заходів, пов’язаних із здійсненням торговельних, інвестиційних, науково-технічних та інших міжнародних економічних відносин. Складові (види) ЗЕД охоплюють різноманітні аспекти, що сприяють інтеграції національних економік у світову економічну систему (рис. 1.1.).

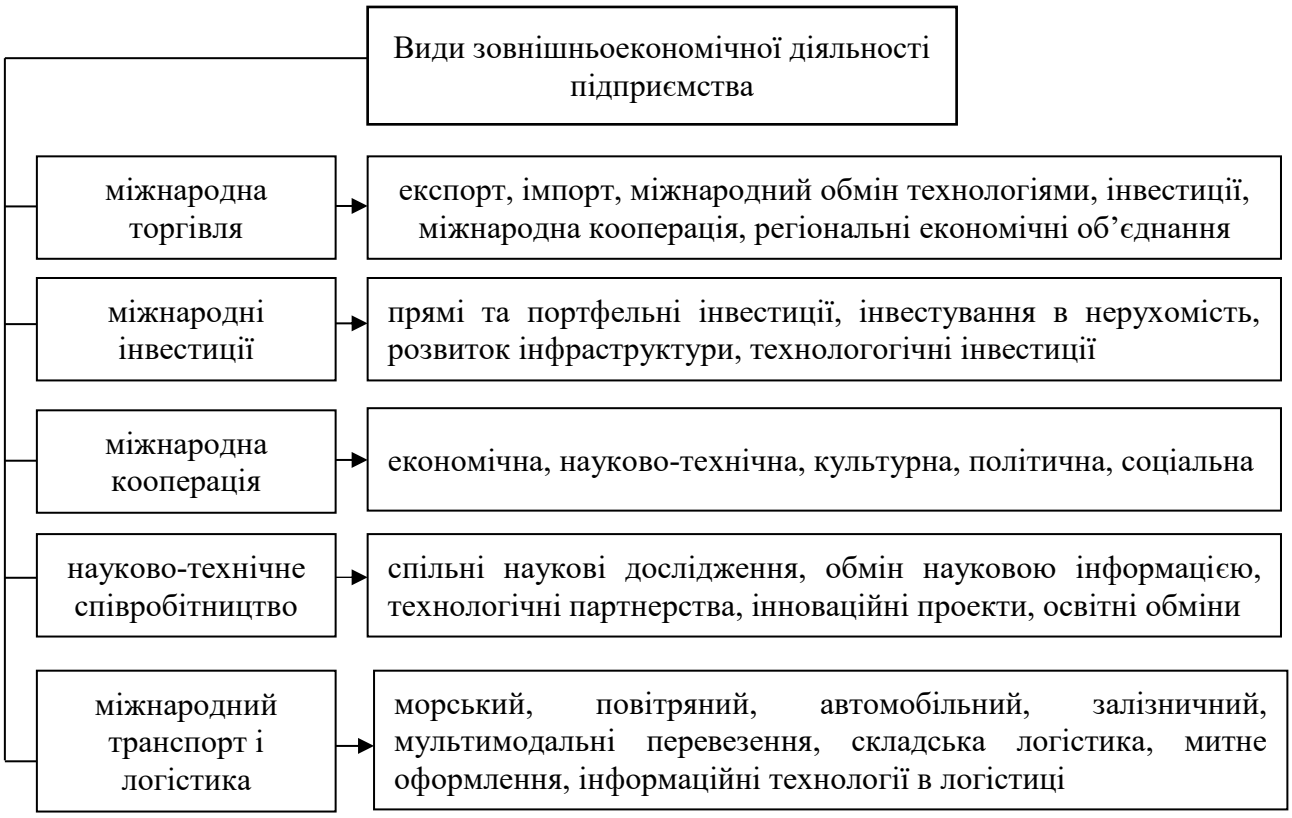

Рисунок 1.1. Види зовнішньоекономічної діяльності підприємства [5]

До основних складових (видів) зовнішньоекономічної діяльності відносимо наступні:

- міжнародна торгівля;
- міжнародні інвестиції;
- міжнародна кооперація;
- науково-технічне співробітництво;
- міжнародний транспорт і логістика.

Міжнародна торгівля – це процес обміну товарами, послугами та капіталом між країнами. Вона є важливою складовою глобальної економіки, оскільки дозволяє державам отримувати необхідні ресурси, які вони не можуть ефективно виробляти самостійно, і реалізовувати свої надлишкові продукти на міжнародному ринку. Міжнародна торгівля сприяє економічному зростанню, розвитку технологій, покращенню якості життя та підвищенню добробуту населення.

Основні компоненти міжнародної торгівлі включають [6]:

1. Експорт – продаж товарів і послуг з однієї країни в інші. Експорт дозволяє країнам отримувати валютні надходження і розширювати ринки збуту своїх продуктів.

2. Імпорт – закупівля товарів і послуг з-за кордону для споживання на внутрішньому ринку. Імпорт забезпечує доступ до різноманітних товарів і технологій, які не виробляються всередині країни.

3. Реекспорт – процес, коли країна імпортує товари з метою їх подальшого експорту без значної переробки. Це може бути частиною торгових стратегій для зниження витрат або використання торгових можливостей.

Міжнародна торгівля є ключовим фактором економічного розвитку і глобальної інтеграції, але вона також потребує ефективного регулювання та управління для мінімізації ризиків і максимізації вигод для всіх учасників.

Міжнародні інвестиції – це вкладення капіталу однієї країни в економіку іншої країни з метою отримання прибутку або досягнення інших економічних вигод. Вони є важливим інструментом економічного розвитку, оскільки

сприяють залученню фінансових ресурсів, технологій, управлінського досвіду та інших активів.

Види міжнародних інвестицій [4]:

1. Прямі іноземні інвестиції (ПІІ):

– створення нових підприємств (будівництво нових заводів, фабрик та інших виробничих об’єктів);

– придбання контрольного пакету акцій (купівля часток у вже існуючих компаніях з метою отримання контролю над їхньою діяльністю);

– реінвестиції (вкладення прибутку, отриманого від уже існуючих інвестицій, назад у ті ж підприємства або нові проекти в тій самій країні).

2. Портфельні інвестиції:

– купівля цінних паперів (вкладення в акції, облігації та інші фінансові інструменти без наміру отримання контролю над компанією);

– інвестиційні фонди (вкладення в різні фонди, які займаються управлінням портфелем цінних паперів).

3. Інші форми інвестицій:

– кредити та позики (надаються урядами або приватними установами однієї країни іншій країні);

– лізинг (довгострокова оренда обладнання, транспортних засобів та інших активів з можливістю подальшого викупу).

Міжнародні інвестиції є ключовим чинником глобалізації економіки, сприяючи взаємозв’язку та взаємозалежності між країнами.

Вони допомагають оптимально використовувати ресурси, підвищують ефективність виробництва та сприяють економічному розвитку як країн-інвесторів, так і країн-реципієнтів.

Міжнародна кооперація – це процес спільної діяльності між підприємствами, організаціями, державами або іншими суб’єктами з різних країн з метою досягнення загальних економічних, соціальних або технологічних цілей. Ця кооперація може включати обмін технологіями, спільні дослідження та розробки, виробництво, збут продукції та інші форми співпраці.

Види міжнародної кооперації [1]:

1. Виробнича кооперація:

– спільне виробництво (організація спільних підприємств, де різні етапи виробничого процесу виконуються в різних країнах);

– спільне використання ресурсів (розподіл сировинних матеріалів, енергетичних ресурсів або виробничих потужностей між кооперуючими сторонами).

2. Науково-технічна кооперація:

– спільні дослідження та розробки – R&D (ведення спільних науково-дослідних проектів для розробки нових технологій, продуктів чи процесів);

– обмін технологіями та знаннями (партнерські угоди щодо передачі технологій, патентів та інших інновацій).

3. Комерційна кооперація:

– спільний збут продукції (організація спільних торгових мереж або маркетингових кампаній для просування продукції на міжнародних ринках);

– франчайзинг і ліцензування (надання прав на використання бренду, технологій чи бізнес-моделей іншим компаніям у різних країнах).

4. Інвестиційна кооперація:

– спільні інвестиційні проекти (інвестування в спільні підприємства або проекти, які реалізуються за участю капіталів з кількох країн);

– інвестиційні фонди (створення міжнародних інвестиційних фондів для фінансування проектів у різних країнах).

5. Соціальна та культурна кооперація:

– обмін студентами та науковцями (програми обміну студентів, наукових працівників та викладачів для підвищення рівня освіти та науки);

– культурні програми (організація спільних культурних заходів, виставок, фестивалів та інших форм культурного обміну).

Міжнародна кооперація є важливим інструментом розвитку глобальної економіки, сприяючи ефективному використанню ресурсів, інноваціям та

економічному зростанню. Вона дозволяє країнам і компаніям отримувати вигоди від спільної діяльності, знижуючи витрати та підвищуючи продуктивність.

Науково-технічне співробітництво – це форма взаємодії між організаціями, установами та країнами, що включає спільну діяльність у галузі науки і техніки з метою обміну знаннями, технологіями, досвідом та інноваціями. Це співробітництво спрямоване на досягнення науково-технічного прогресу, вирішення складних технічних завдань, підвищення ефективності досліджень і розробок (R&D) та впровадження нових технологій у виробництво.

Форми науково-технічного співробітництва [7]:

1. Спільні дослідницькі проекти:

– організація і проведення спільних наукових досліджень, експериментів та розробок у різних галузях науки і техніки;

– фінансування спільних наукових проектів урядами, міжнародними організаціями або приватними компаніями.

2. Обмін науковою інформацією та знаннями:

– проведення конференцій, симпозіумів, семінарів та воркшопів для обміну науковою інформацією та обговорення нових досягнень;

– публікація спільних наукових статей, монографій та інших наукових робіт.

3. Мобільність науковців і фахівців:

– програми обміну науковцями, дослідниками та інженерами між країнами та установами;

– стажування, відрядження та навчальні програми для підвищення кваліфікації науковців і фахівців.

4. Трансфер технологій:

– передача технологій, патентів та ноу-хау від однієї організації або країни до іншої;

– співробітництво у сфері патентування та ліцензування технологій.

5. Створення спільних науково-дослідних центрів:

– організація міжнародних науково-дослідних лабораторій та інститутів для спільного вирішення наукових і технічних завдань;

– створення інноваційних кластерів і технопарків для розвитку передових технологій.

Науково-технічне співробітництво є важливим інструментом для розвитку глобальної науки і техніки, сприяючи інноваціям, економічному зростанню та вирішенню глобальних викликів. Воно дозволяє країнам і організаціям ефективніше використовувати свої наукові ресурси, підвищуючи загальний рівень знань і технологій у світі.

Міжнародний транспорт і логістика – це комплексна система управління рухом товарів, послуг та інформації через національні кордони. Цей процес включає планування, виконання та контроль за всіма аспектами міжнародних поставок, щоб забезпечити ефективне, безпечне і вчасне переміщення товарів від виробника до кінцевого споживача.

Складові міжнародного транспорту і логістики включають такі основні напрямки [3–5]:

1. Транспортні засоби та інфраструктура:

– морський транспорт (кораблі, контейнерні перевезення, порти та інші морські інфраструктурні об’єкти);

– автомобільний транспорт (вантажні автомобілі, дороги, митні термінали);

– залізничний транспорт (вантажні поїзди, залізничні станції, мережі);

– авіаційний транспорт (вантажні літаки, аеропорти, логістичні центри);

– мультимодальні перевезення (використання кількох видів транспорту для доставки товарів).

2. Логістичні послуги:

– складські послуги (зберігання товарів у спеціалізованих складах, обробка вантажів, пакування, сортування);

– митно-брокерські послуги (оформлення митних документів, проходження митних процедур);

– транспортно-експедиторські послуги (організація та координація перевезень, підготовка транспортної документації);

– інформаційно-логістичні послуги (відстеження вантажів, управління ланцюгами постачання, використання інформаційних систем та технологій для управління логістикою).

3. Регулювання та стандартизація:

– міжнародні торгові угоди (правила і договори, які регулюють міжнародну торгівлю та логістику, такі як угоди Світової організації торгівлі (СОТ);

– митне регулювання (закони і правила щодо імпорту та експорту товарів, митні тарифи та нетарифні бар'єри);

– транспортні стандарти (технічні стандарти, безпека, вимоги до упаковки та маркування вантажів).

До основних функції міжнародного транспорту і логістики відносимо наступні:

1. Перевезення – забезпечення фізичного переміщення товарів з однієї країни до іншоїибір оптимального виду транспорту та маршруту для мінімізації витрат і часу доставки.

2. Складське зберігання – організація тимчасового зберігання товарів у спеціалізованих складах; управління запасами для забезпечення своєчасного постачання товарів.

3. Митне оформлення – підготовка та подання митних декларацій; вирішення митних формальностей та оплата митних зборів.

4. Управління ланцюгами постачання – координація всіх учасників логістичного ланцюга, включаючи постачальників, перевізників, митних брокерів, складів та кінцевих споживачів; оптимізація процесів постачання для підвищення ефективності та зниження витрат.

5. Інформаційне забезпечення – використання інформаційних систем для відстеження руху товарів, управління запасами та координації логістичних операцій; забезпечення прозорості та вчасного доступу до інформації про статус вантажу.

Міжнародний транспорт і логістика відіграють ключову роль у сучасній глобальній економіці, забезпечуючи ефективне і надійне переміщення товарів через кордони та сприяючи міжнародній торгівлі та співпраці.

Кожен з проаналізованих нами видів зовнішньоекономічної діяльності виконує певні функції, що сприяють розвитку міжнародних економічних відносин та забезпечують ефективну взаємодію між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності (табл. 1.2).

Таблиця 1.2. – Переваги та недоліки основних видів зовнішньоекономічної діяльності [8]

Вид ЗЕД	Переваги	Недоліки
Міжнародна торгівля	економічне зростання, різноманітність товарів і послуг, підвищення ефективності, технологічний прогрес, підвищення якості продукції	залежність від зовнішніх ринків, нерівномірний розподіл вигод, втрата національного суверенітету, ризик торговельних обмежень, конкуренція з іноземними виробниками
Міжнародні інвестиції	економічне зростання, технологічний прогрес, диверсифікація ризиків, економічна інтеграція	втрата національного контролю, переміщення прибутків, економічні та політичні ризики
Міжнародна кооперація	синергія ресурсів, зниження витрат, прискорення інновацій, розширення ринків збуту, спільний доступ до ринків	ризики конфліктів, залежність від партнерів, складність управління, культурні та управлінські відмінності
Науково-технічне співробітництво	підвищення ефективності досліджень, розширення доступу до нових технологій, сприяння науковому прогресу, підготовка висококваліфікованих кадрів	координація і управління, правові та адміністративні бар'єри, ризики втрати інтелектуальної власності
Міжнародний транспорт і логістика	економічний розвиток, глобалізація ринків, споживче задоволення	регуляторні бар'єри, логістичні витрати, ризики та невизначеності

Отже, кожен із видів зовнішньоекономічної діяльності має як свої переваги, так і недоліки. Це зумовлено тим, що кожен вид зовнішньоекономічної діяльності виконує специфічні функції та впливає на економіку в різний спосіб. Вибір конкретного виду залежить від стратегічних цілей, ресурсів та особливостей країни чи компанії.

1.2. Особливості організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Організація зовнішньоекономічної діяльності є важливою складовою глобалізованої економіки сучасного світу. Для підприємств це означає можливість розширення ринків збуту, залучення досягнення конкурентних переваг і забезпечення сталого економічного зростання. Цей процес вимагає не лише стратегічного планування і глибокого розуміння міжнародних ринков, але й вміння адаптуватися до різних культурних, юридичних і економічних умов різних країн. Успішна зовнішньоекономічна діяльність дозволяє підприємствам отримувати доступ до нових технологій, збільшувати обсяги продажів і розширювати вплив на міжнародній арені.

У цьому контексті розуміння принципів і особливостей організації зовнішньоекономічної діяльності є критично важливим для будь-якого підприємства, що прагне зайняти стійку позицію на глобальному ринку і забезпечити свій подальший успіх і розвиток.

Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства має свої важливі особливості, які визначають її успішність і ефективність на міжнародних ринках [9]:

1. Глобалізація ринків. Підприємство стикається з конкуренцією не лише на внутрішньому ринку, але й на міжнародній арені. Це вимагає адаптації до міжнародних стандартів, розуміння культурних відмінностей та глобальних тенденцій.

2. Міжнародні правові аспекти. Підприємство повинно дотримуватися міжнародного законодавства та міжнародних торгових угод, які регулюють зовнішньоекономічну діяльність, такі як правила Всесвітньої торговельної організації (ВТО) та інші.

3. Валютні ризики. Оскільки зовнішньоекономічна діяльність часто включає міжнародні операції, підприємство стикається з валютними ризиками, які потребують управління для мінімізації втрат від коливань валютних курсів.

4. Логістичні виклики. Транспортування товарів через межі країн вимагає ефективного логістичного планування і управління ланцюгом поставок, що включає вибір оптимальних маршрутів, митні процедури та складання угод з логістичними партнерами.

5. Культурна адаптація. Успіх на міжнародних ринках залежить від здатності підприємства адаптувати свої продукти або послуги до місцевих культурних, мовних і соціальних особливостей.

6. Фінансова стратегія. Правильне фінансове планування, включаючи управління оборотними коштами, фінансуванням міжнародних операцій і управлінням ризиками, є критичним для успіху зовнішньоекономічної діяльності.

7. Маркетинг і просування. Використання ефективних маркетингових стратегій, спрямованих на міжнародний ринок, включаючи вибір каналів розповсюдження і рекламні кампанії, допомагає залучити і утримати міжнародних клієнтів.

Ці особливості підкреслюють складність і важливість організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства, а також потребу в системному підході до її управління.

Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства включає кілька ключових етапів, які необхідно пройти для успішного входу на міжнародні ринки і встановлення зовнішньоекономічних зв’язків [10]:

1. Аналіз можливостей і ринків.

Перший етап полягає у зборі і аналізі інформації про потенційні ринки збуту, конкурентну ситуацію, попит на товари або послуги підприємства і можливість укладення міжнародних угод. Важливо визначити потенційні переваги і недоліки входу на ці ринки.

2. Вибір стратегії зовнішньоекономічної діяльності.

На основі аналізу підприємство обирає оптимальну стратегію зовнішньоекономічної діяльності, що може включати експорт, імпорт, спільне підприємство, прямі інвестиції, ліцензійні угоди тощо.

3. Пошук і вибір партнерів.

Важливим етапом є пошук і вибір зовнішніх партнерів, які допоможуть здійснити зовнішньоекономічну діяльність. Це можуть бути дистриб'ютори, агенти, посередники, логістичні компанії або інші види співпраці.

4. Укладення угод і узгодження умов.

Після вибору партнерів необхідно провести переговори і укласти угоди з умовами співпраці, які відповідають інтересам обох сторін і враховують міжнародні торговельні норми та умови.

5. Організація логістики і поставок.

Ефективна логістика є важливою складовою зовнішньоекономічної діяльності. Потрібно організувати транспортування товарів, забезпечити відповідність митним вимогам, а також зайнятися зберіганням і доставкою товарів або послуг.

6. Маркетинг і продажі.

Підприємство повинно розробити маркетингову стратегію для нових міжнародних ринків, включаючи позиціонування продукту, ціноутворення, рекламні кампанії та інші маркетингові заходи.

7. Управління ризиками і фінансами.

Особливу увагу слід приділити управлінню фінансовими ризиками, валютними коливаннями, забезпеченню платежів і відшкодуванню втрат, які можуть виникнути під час зовнішньоекономічної діяльності.

8. Контроль і оцінка результатів.

На завершальному етапі важливо здійснювати контроль за реалізацією стратегій і угод, оцінювати отримані результати і вносити корективи у стратегію зовнішньоекономічної діяльності в залежності від ринкових умов і конкурентної ситуації.

Ці етапи формують комплексний підхід до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства і допомагають досягти успішних результатів на міжнародних ринках.

Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства базується на кількох основних принципах і особливостях. Загалом, всі принципи розділяють на загальні та специфічні (рис. 1.2).

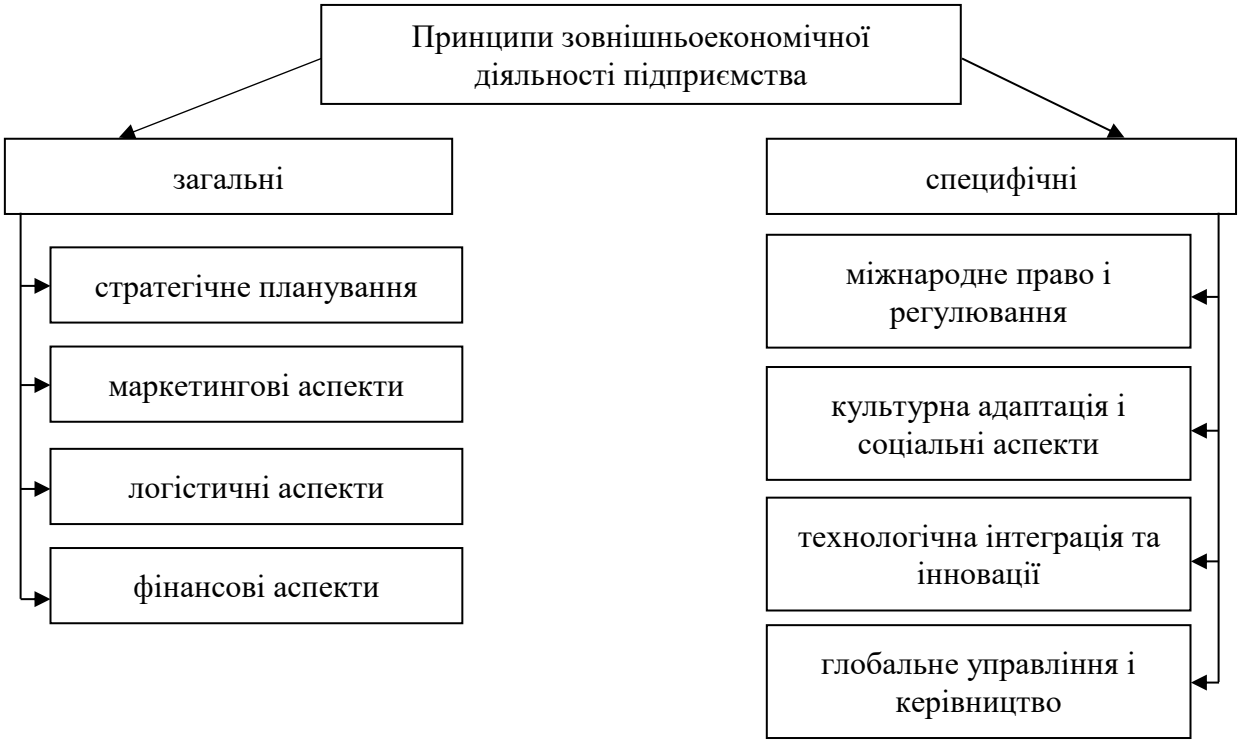

Рисунок 1.2. Принципи зовнішньоекономічної діяльності підприємства [11]

1. Стратегічне планування. Цей принцип передбачає розробку чіткої стратегії зовнішньоекономічної діяльності, яка відповідає загальній стратегії розвитку підприємства. Вона включає в себе визначення цілей, пріоритетних напрямків розвитку на міжнародних ринках і плани міжнародної експансії.

2. Маркетингові аспекти. Цей принцип охоплює розробку маркетингової стратегії для продуктів або послуг на зовнішніх ринках, включаючи дослідження ринкових умов, адаптацію продукції до вимог міжнародних споживачів, визначення оптимальних цінових політик і вибір каналів збуту.

3. Логістичні аспекти. Цей принцип включає управління логістичними процесами, забезпеченням поставок, вибором оптимальних транспортних

маршрутів і зберіганням товарів. Він також враховує митні формальності і інші аспекти, пов’язані з міжнародною торгівлею.

4. Фінансові аспекти. Цей принцип включає управління фінансами підприємства в контексті міжнародної діяльності, зокрема управління валютними ризиками, фінансуванням міжнародних операцій, забезпеченням платежів і відшкодуванням втрат.

5. Міжнародне право і регулювання. Цей принцип відбиває необхідність враховувати міжнародне право і регулювання при укладанні угод, співпраці з іноземними партнерами і вирішенні конфліктних ситуацій.

6. Культурна адаптація і соціальні аспекти. Цей принцип передбачає адаптацію підприємства до місцевих культурних і соціальних умов країн, де воно веде зовнішньоекономічну діяльність. Він включає в себе розуміння місцевих звичаїв, цінностей і способів ведення бізнесу.

7. Технологічна інтеграція і інновації. Цей принцип стосується впровадження новітніх технологій та інновацій у виробничі процеси і продукцію підприємства для підвищення конкурентоспроможності і залучення нових міжнародних клієнтів.

8. Глобальне управління і керівництво. Цей принцип відображає потребу у висококваліфікованому глобальному керівництві, здатному управляти розподіленими командами, ресурсами і процесами на міжнародному рівні.

Ці принципи і особливості визначають стратегічний і оперативний підхід до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства і допомагають досягати стійкого розвитку і успіху в умовах глобалізації економіки.

1.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності

Існує значна кількість підходів що визначення поняття ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Нами було систематизовано визначення в залежності від утотоження його сутності, що наведено у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3. – Систематизація поглядів до визначення сутності поняття «ефективність зовнішньоекономічної діяльності» [12]

Автори	Утотожнення сутності поняття	Недоліки
Брояка А.	як комплексний показник прибутковості підприємства	– основним критерієм ефективності є тільки прибуток; – не зазначено інші аспекти забезпечення ефективності.
Васюк Т.	як результат отриманий від окремої операції	– не враховано витрати понесенні в результаті здійснення зовнішньоекономічної діяльності; – не зазначено інші аспекти забезпечення ефективності.
Козак Ю.	як елемент збільшення доходу	– не розкрито механізм збільшення доходу; – не завжди отриманий результат свідчить про ефективність.
Котиш О.	як комплексний показник прибутковості підприємства	– краще застосовувати для тих підприємств, які добре освоїли ринок; – залежить від обсягів діяльності підприємства.
Псюк Р.	як елемент збільшення доходу	– не розкрито механізм збільшення доходу для підприємства.
Семенов А., Семенов Г.	як результат успішної маркетингової діяльності	– потребує проведення спеціального маркетингового дослідження. – не зазначено інші аспекти забезпечення ефективності.
Dr. Ram Singh	як процес взаємозв'язку складових конкурентоспроможностіпі дприємства	– використовується лише два елемента в оцінці ефективності зовнішньоекономічної діяльності; – вузькість спрямування.
M. Sevela	як елемент конкуренто-спроможності підприємства	– вузькість спрямування; – розглядається лише експортна складова ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

З огляду на існуючі розбіжності у трактуванні поняття «ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства» та враховуючи складність і багатогранність цього поняття і його компонентів, ми пропонуємо доповнити його авторським визначенням. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства – це інтегрована категорія, яка означає відповідність досягнутих підприємством результатів поставленим цілям, зокрема максимізацію прибутку від експортно-імпортних операцій, розширення ринкової частки та збільшення кількості споживачів і контрагентів. Підходи щодо аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства наведено у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4. – Порівняльна характеристика підходів та методів щодо аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства [13]

Підхід	Методи аналізу	Переваги	Недоліки
Комплексний	Індексний та порівняльний аналіз, економіко-математичні методи, методи факторного аналізу	Забезпечує створення надійної та оперативної інформаційної бази для ухвалення необхідних управлінських рішень у сфері зовнішньоекономічної діяльності	Відсутня структурованість методів у відповідності до напрямків, цілей та етапів аналізу
	Симптоматична діагностика	Дозволяє здійснювати більш ефективний аналіз симптомів, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки та усувати їх майбутні негативні прояви	Дослідження проводиться лише в межах аналізу основних симптомів, без урахування потенційно невизначених факторів впливу
Системний	SWOT- та PEST-аналіз	Повна систематизація та цілісна картина факторів впливу зовнішнього середовища бізнес-об'єкту, що дозволяє ефективно протидіяти потенційним загрозам розвитку	Метод спрямований лише на вивчення зовнішнього середовища та його неконтрольованих впливів
	Багатофакторний регресійний аналіз	Дозволяє побудувати економіко-математичну модель, яка вирізняється можливістю врахування значної кількості впливових факторів	Відбір показників для аналізу забезпечує адекватність і надійність сформованих моделей
Маркетинговий	Експертних оцінок	Підкріплюється іншими техніками і визнаний найбільш ефективним для виявлення чинників, що суттєво впливають на експортну діяльність підприємств	В основному, він є взаємодоповнюючим елементом методологічного підґрунтя і виділяється суб'єктивізмом
	Інтегральної оцінки	Виділяється високою інформативністю у аналізі фінансово-господарської сфери діяльності та об'єктивністю результатів	Потребує багато зведених вихідних даних для формування якісних аналітичних висновків
Комбінаторний	Витратий, балансовий, порівняння	Можуть відображати різні аспекти процесу оцінки ефективності експортної діяльності	Не вичерпно охоплює весь спектр можливих проявів ефективності експорту

Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності є критично важливим аспектом управління сучасним підприємством. Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) охоплює широкий спектр операцій, включаючи експорт та імпорт товарів і послуг, міжнародні інвестиції, трансфер технологій та кооперaційні зв'язки між підприємствами різних країн. Успішна ЗЕД може значно підвищити конкурентоспроможність підприємства, збільшити його ринкову частку та забезпечити стабільне фінансове зростання.

Ефективність ЗЕД підприємства визначається не лише фінансовими результатами, такими як прибуток від зовнішньоекономічних операцій, але й низкою інших важливих показників. До них відносяться розширення ринків збуту, зростання кількості міжнародних партнерів, поліпшення якості продукції та послуг, а також зміцнення репутації на міжнародному ринку. Оцінка ефективності ЗЕД дозволяє підприємствам визначати сильні та слабкі сторони своєї діяльності на міжнародній арені, виявляти можливості для розвитку та ефективніше планувати свою стратегічну діяльність.

На нашу думку, найбільш конкретними показниками для аналізу ефективності ЗЕД є наступні.

1. Частка експорту в загальному обсязі продажу є важливим показником, який відображає долю експортних операцій у загальному обсязі продажів підприємства. Він вимірюється у відсотках і розраховується за формулою [14]:

$$ЕК=(Ое/ОПз)х100\% \quad (1.1)$$

де, ЕК – екпортна квота;

Ое– обсяг експорту;

ОПз – обсяг продажу загальний.

2. Рентабельність експорту є важливим показником, який відображає ефективність і прибутковість експортної діяльності підприємства. Він показує, яку частку прибутку отримує підприємство від кожної одиниці вартості експортованої продукції. Рентабельність експорту визначається як відношення

прибутку від експортних операцій до загального обсягу експорту. Вона розраховується за формулою [15–16]:

$$Рe=(Пе/Ое)х100\% \quad (1.2)$$

де, Ре – рентабельність експорту;

Пе – прибуток від експорту;

Ое– обсяг експорту.

3. Коефіцієнт економічної ефективності експорту визначається як відношення економічного ефекту, отриманого від експорту, до затрат на здійснення цього експорту. Він дозволяє оцінити, наскільки вигідним є експорт для підприємства. Коефіцієнт економічної ефективності експорту визначається за формулою [17]:

$$Еб=Ве/(Ст+Тр+Ор), \quad (1.3)$$

де, Еб – базовий коефіцієнт ефективності експорту;

Ве – прибуток від експорту;

Ст – собіварість товару;

Тр – трансопрті витрати;

Ор – організаційні витрати.

4. Коефіцієнт економічної ефективності імпорту показує, наскільки вигідним є імпорт товарів або послуг для підприємства. Цей показник допомагає оцінити, чи є доцільним продовжувати імпорт, чи варто шукати альтернативні джерела або шляхи оптимізації витрат. Він розраховується за формулою [18]:

$$Еі=Віп/Ві, \quad (1.4)$$

де, Еі –коефіцієнт ефективності імпорту;

Віп – вартість імпортної продукції на внутрішньому ринку;

Ві – витрати на прибання імпортної продукції.

5. Рентабельність імпорту є важливим показником, що визначає ефективність і прибутковість імпортних операцій підприємства. Цей показник відображає, наскільки вигідно підприємство здійснює імпорт своїх товарів або послуг. Вона розраховується за формулою [19–20]:

$$Рі=(Пі/Ві)х100\% \quad (1.5)$$

де, Рі – рентабельність імпорту;

Пі – прибуток від імпорту;

Ві– вартість імпорту.

Враховуючи складність та багатогранність поняття ефективності ЗЕД, а також різноманітні методи її оцінки, важливо застосовувати комплексний підхід, який враховує як кількісні, так і якісні аспекти діяльності. Зокрема, важливо розглянути такі показники, як рентабельність експортно-імпортних операцій, рівень задоволеності міжнародних клієнтів, динаміка ринкової частки та вплив ЗЕД на загальну стратегію розвитку підприємства.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ТА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО»

2.1. Загальна характеристика підприємства та аналіз основних показників діяльності підприємства

СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» є одним з провідних виробників і постачальників торговельного обладнання для рітейлу та складу в Східній і Центральній Європі. Компанія спеціалізується на виробництві і постачанні торгових і складських стелажів, касових боксів, обладнання з нержавіючої сталі, POS-обладнання та систем проводки [21].

Виробничі потужності оснащені сучасним високотехнологічним обладнанням, що дозволяє забезпечувати високу якість продукції. Вся продукція сертифікована відповідно до міжнародних стандартів безпеки та якості, про що свідчать сертифікати CE і GS, видані авторитетною компанією TÜV Reinland Group [21].

Клієнтами СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» є всесвітньо відомі міжнародні та національні рітейлери, а також виробники товарів FMCG. Професіоналізм команди компанії забезпечує високий рівень обслуговування клієнтів. Підприємство прагне надавати продукцію та послуги найвищої якості, зміцнюючи партнерські відносини з клієнтами.

Гнучкість виробничих технологій і індивідуальний підхід до кожного замовника дозволяють максимально точно реалізовувати їхні побажання. Принцип діяльності СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» – «Broaden Your Horizons» – відображає прагнення компанії до постійного розвитку, пошуку нових ідей та пропозиції інноваційних рішень. Стратегія компанії спрямована на побудову відкритих і довгострокових відносин з діловими партнерами, роблячи їхній бізнес більш успішним.

Модерн-Експо займається наступними видами діяльності згідно КВЕД:

1. Виробництво меблів для офісів та підприємств торгівлі.
2. Діяльність приватних охоронних служб.
3. Будівництво житлових і нежитлових будівель.
4. Вантажний автомобільний транспорт.
5. Оптова торгівля хімічними продуктами.
6. Оптова торгівля офісними меблями.

Підприємство здійснює розробку своєї продукції із використанням інноваційних підходів та удосконалюються з допомогою сучасниї конструктивних та програмниї рішень. Основні види продукції СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» наведенно на рисунку 2.1.

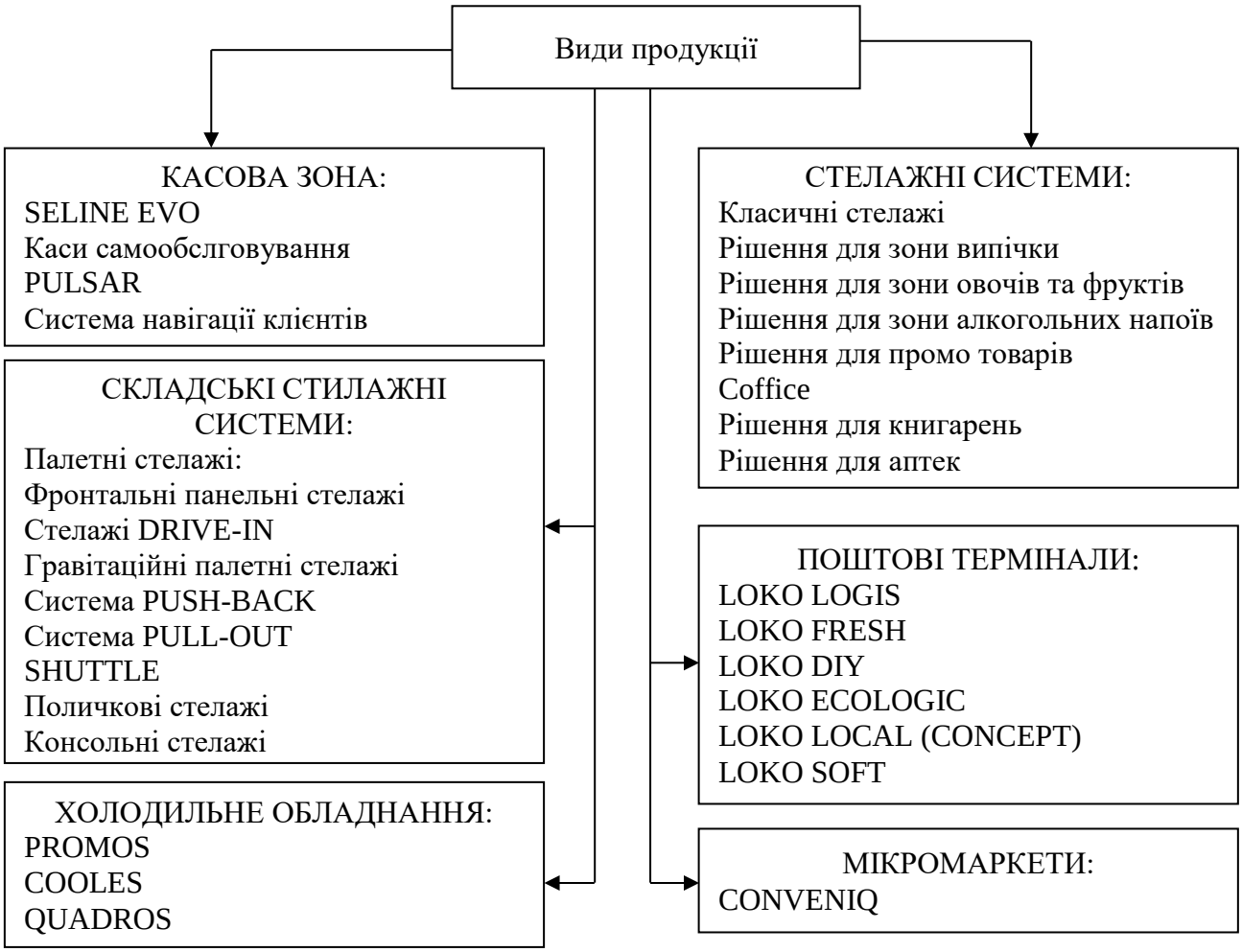

Рисунок 2.1. Основні види продукції СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» [21]

Також підприємство має ряд успішних кейсів у різних країнах світу –Україна, Великобританія, Польща, Угорщина, Румунія, Ірландія, Франція, Норвегія, Боснія та Герцоговина, Німеччина, Словакія. Компанія досягла значних успіхів у реалізації своїх проектів:

1. A&K Hurt-Market – польська мережа супермаркетів. Їхні магазини відомі своїми просторими торговими залами, великими паркінгами та різноманітністю асортименту, що не залишає байдужими навіть найвибагливіших клієнтів.

2. ФОРА – у квітні 2023 року відновлений сучасний ФОРА відкрив свої двері для перших покупців після руйнування внаслідок війни. Тут були встановлені стелажні системи, касові бокси, каси самообслуговування від Modern Expo, а також наше холодильне обладнання, вперше для цієї мережі.

3. Супермаркет Samson Prima у місті Гайдусамсон (поблизу Дебрецена) в Угорщині був реалізований Modern Expo у 2020-му році. Стриманий та лаконічний дизайн торгового простору насичений як асортиментним торговельним обладнанням, так й індивідуальними розробками від Modern Expo. Перелік обладнання на 800 кв.м. торговельної площі включає широкий спектр спеціалізованих стелажних систем та рішень холодильного обладнання.

4. Hold – разом з цією компанією Modern Expo створює різноманітні проекти для складів та торгових просторів. Масштабні конструкції буквально підкорюють висоту, а безмежний лабіринт різних зон і секторів створює унікальну атмосферу. Ефективність складських процесів є фундаментом успішної роботи всього бізнесу, а організація та раціоналізація цих процесів впливають на прибутковість підприємства.

5. Ринок Last Mile Delivery у Скандинавії – за даними Frost & Sullivan, цей ринок досягнув $12 мільярдів і очікується, що він зростатиме на понад 15% щорічно до 2025 року. Modern Expo активно працює на цьому перспективному ринку, створюючи нову якість доставки останньої милі разом з партнерами Smart Supply та Boxn, які є провідними гравцями на ринку рітейл обладнання.

Дослідимо детальше наскільки підприємство ефективно реалізовує свої проекти шляхом аналізу основних техніко-економічних показників (табл. 2.1).

Таблиця 2.1. – Техніко-економічні показники діяльності СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» за 2021–2023 роки, тис.грн

Показники	Одиниці виміру	Роки			Відхилення			
		2021	2022	2023	2021 р./2022 р.		2022 р./2023 р.	
					+/-	%	+/-	%
1. Вартість майна	тис. грн	1028934	1 233 712	1 211 314	204778	-22398	19,90	-1,82
2. Обсяг реалізованої продукції	тис. грн	4521514	3 914 137	4 076 515	-607377	162378	-3,98	4,15
3. Собівартість реалізованої продукції	тис. грн	3534706	2900654	2 871 610	-634052	-29044	1,01	-1,00
4. Основні засоби	тис. грн	966 525	1 132 925	1 115 470	166400	-17455	17,22	-1,54
5. Оборотні засоби	тис. грн.	21 339	18 954	20 807	-2385	1853	-11,18	9,78
6. Власний капітал	тис. грн	2 066 500	2 633 194	3 226 520	566694	593326	27,42	22,53
7. Сума дебіторської заборгованості	тис. грн	1449527	1573993	1353990	124466	-220003	8,59	-13,98
8. Сума кредиторської заборгованості	тис. грн	1 150 286	1 209 709	983 647	59423	-226062	5,17	-18,69
9. Середньоспискова чисельність працюючих	осіб	2353	1805	1503	-548	-302	-23,29	-16,73
10. Фонд оплати праці	тис. грн	556537	620223	742499	63686	122276	11,44	19,71
11. Прибуток до оподаткування	тис. грн	577 351	694144	727 721	116793	33577	20,23	4,84
12. Чистий фінансовий результат (прибуток / збиток)	тис. грн	462 036	566694	593 326	104658	26632	22,65	4,70
13. Рентабельність (+), збитковість (-) продукції за прибутком до оподаткування (п. 11/п. 3×100)	%	16,33	23,93	25,34	7,60	–	1,41	–
14. Рентабельність (+), збитковість (-) продукції за чистим фінансовим результатом (прибутком/ збитком) (п. 12/п. 3×100)	%	13,07	19,54	20,66	6,47	–	1,13	–
15. Рентабельність (+), збитковість (-) виробництва за прибутком до оподаткування (п. 11/(п. 4+п. 5)×100)	%	58,44	60,26	64,04	1,82	–	3,78	–
16. Рентабельність (+), збитковість (-) виробництва за чистим фінансовим результатом (прибутком/ збитком) (п. 12/(п. 4+ п. 5)×100)	%	46,77	49,20	49,20	2,43	–	3,02	–

Згідно отриманих нами значень техніко-економічних показників досліджуваного підприємства за 2021–2023 роки можемо зробити наступні висновки:

1. Вартість майна у 2022 році порівняно з 2021 збільшилась на 204778 тис. грн або на 19,90%, а у 2023 році, порівняно з 2022 роком – знизилась на 22398 тис. грн або на 1,82%, що є. позитивним явищем для підприємства, сприяючи покращенню його фінансового стану та ринкової позиції.

2. Обсяг реалізованої продукції у 2022 році порівняно з 2021 роком мав тенденцію до зниження – на 607377 тис. грн або на 3,98% та зростання у 2023 році порівняно з 2022 роком – на 162378 тис. грн або на 4,15%. Зниження обсягів реалізованої продукції у 2022 році зумовлена тим, що більшість продукції підприємства експортується, а у зв’язку з військовими діями та всіма наслідками, збут ускладнився, тим самим реалізуючи меншу кількість продукції.

3. Собівартість реалізованої продукції протягом аналізованого періоду часу зменшується – у 2022 порівняно з 2021 роком – на 634052 тис. грн або на 1,01% та на 2904 тис. грн або на 1% у 2023 році порівняно з 2022 роком. Така тенденція свідчить про те, що підприємство шукає і ефективно впроваджує нові методи та технології для підвищення ефективності.

4. Основні засоби підприємства мають тенденцію до зростання у 2022 році порівняно з 2021 роком на 166400 тис. грн або на 17,22% та зниження у 2023 році порівняно з 2022 роком на 17455 тис. грн або 1,54%. Зростання основних засобів у 2022 році свідчить про можливі інвестиційні впливи, такі як розширення виробничих можливостей або модернізація обладнання. Зменшення вартості основних засобів у 2023 році може бути результатом оптимізації виробничих процесів, раціоналізації використання ресурсів або зменшення потреби в обновленні обладнання.

5. Оборотні засоби у 2022 році порівняно з 2021 роком знизились на 2385 тис. грн або на 11,18%, а у 2023 році порівняно з 2022 роком – збільшився на 1853 тис. грн або на 9,78%. Зниження оборотних засобів у 2022 році може свідчити про оптимізацію управління запасами, заборгованістю та грошовими

коштами. Збільшення ж у 2023 році може бути результатом збільшення обсягів виробництва або розширення діяльності.

6. Власний капітал має тенденції до зростання протягом всього аналізованого періоду – на 2022 році порівняно з 2021 роком на 566694 тис. грн або на 27,42%, а у 2023 році порівняно з 2022 роком – на 593326 тис. грн або на 22,53%. Зростання власного капіталу є важливим сигналом фінансової стійкості підприємства. Це означає, що підприємство має достатні ресурси для покриття поточних і майбутніх зобов'язань.

7. Сума дебіторської заборгованості зросла у 2022 році порівняно з 2021 роком на 124466 тис. грн або на 8,59%, а у 2023 році порівняно з 2022 роком зменшилась на 220003 тис. грн або на 13,98%. Зростання дебіторської заборгованості у 2022 році може свідчити про збільшення обсягів кредитування клієнтів або про дефіцит управління відрахуванням. Зменшення ж у 2023 році може свідчити про удосконалення системи управління кредитними ризиками або про ефективне врегулювання заборгованості.

8. Сума дебіторської заборгованості зросла у 2022 році порівняно з 2021 роком на 59423 тис. грн або на 5,17%, а у 2023 році порівняно з 2022 роком зменшилась на 226062 тис. грн або на 18,69%. Зростання дебіторської заборгованості у 2022 році може свідчити про збільшення обсягів видачі кредитів або збільшення строків розрахунків з клієнтами. Зменшення в 2023 році може бути результатом активного врегулювання заборгованості або зменшення кредитних обсягів.

9. Середньоспискова чисельність працюючих з початком повномасштабного вторгнення зменшилась – на 548 осіб або на 23,29% у 2022 році порівняно з 2021 роком та на 302 особи або на 16,75%.

10. Незважаючи на зниження чисельності працюючих, у фонд оплати праці збільшується щорічно – на 63686 тис. грн або на 11,44% у 2022 році порівняно з 2021 роком та на 122276 тис. грн або на 19,71% у 2023 році порівняно з 2022 роком. Така динаміка характеризує те, що підприємство може активно реагувати

на зміни в умовах ринку праці та ефективно управляти витратами на оплату праці.

Динаміка основних показників ефективності – прибутку та рентабельності зображено на рисунку 2.2.

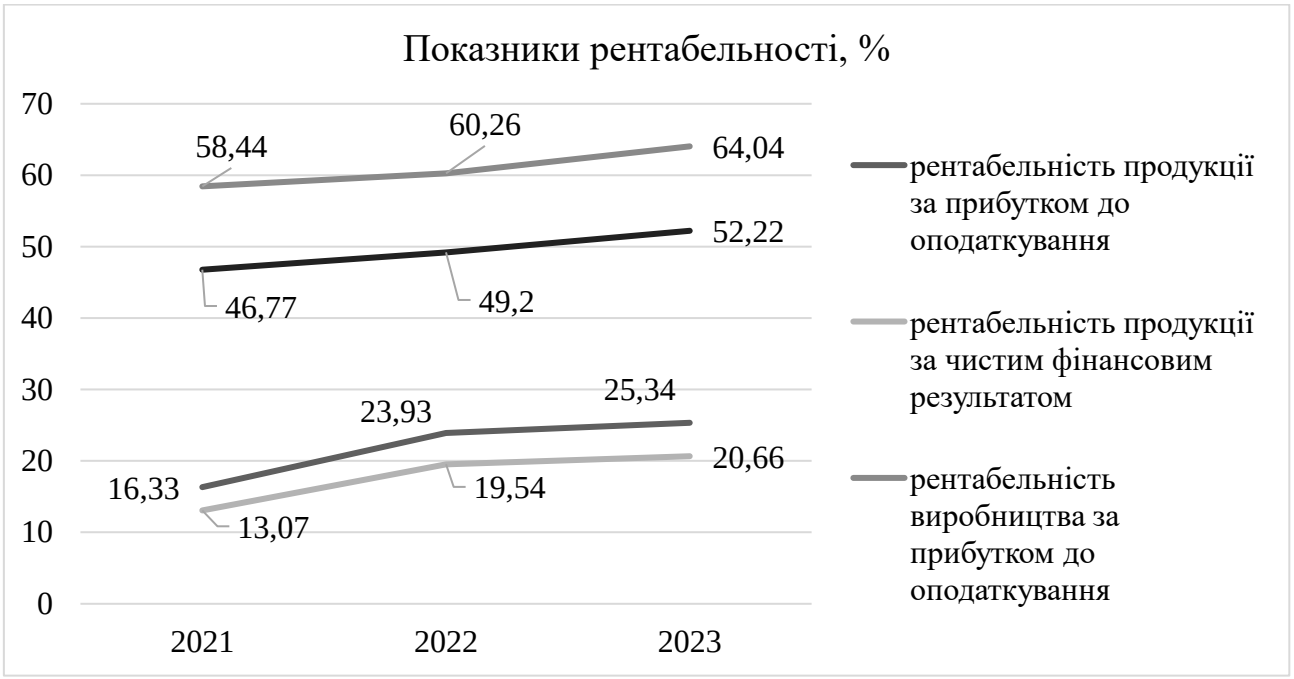

Рисунок 2.2. Динаміка показників ефективності
СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» за 2021–2023 роки

Отже, зростаюча тенденція показників ефективності свідчить про успішність стратегій і управлінських рішень підприємства, спрямованих на досягнення кращих результатів і стійкого розвитку.

2.2. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) підприємства є важливою складовою його загальної стратегії розвитку, оскільки вона дозволяє розширити ринки збуту, збільшити обсяги виробництва та отримати додаткові прибутки. В умовах глобалізації економіки, активна участь у міжнародних економічних зв'язках є не лише можливістю, а й необхідністю для підприємств, які прагнуть бути конкурентоспроможними на світовому ринку [22].

З метою аналізу ЗЕД підприємства нами було проаналізовано вітчизняні та зарубіжні підходи щодо аналізу, серед яких було запропоновано здійнити кількісний та якісний аналіз, виділивши наступні напрямки та показники: аналіз конкурентоспроможності за допомогою SWOT-аналізу та фінансовий аналізу – за допомогою оцінки ефективності показників експорту та імпорту.

Аналіз сильних та слабких сторін досліджуваного підприємства, а ткож сожоивостей та загроз у вигляді SWOT-аналізу наведено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2. – SWOT-аналіз СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО»

СИЛЬНІ СТОРОНИ	СЛАБКІ СТОРОНИ
1. Досвід та репутація на вітчизняному та міжнародному ринку ритейлу; 2. Широкий спектр тоарів та послуг, можливість індивідуального замовлення; 3. Використання сучасних технологій та рішень; 4. Присутність на міжнародному ринку, співпраця з міжнародними кдієнтами і партнерами; 5. Високий рівень мотивації працівників, висока заробітна плата, кар'єрний ріст	1. Залежність від економічних циклів, що може впливати на обсяги продажів; 2. Високі витрати на маркетинг та рекламу, для привернення уваги нових кліжнтів; 3. Операційні виклики – управління складними логістичними процесами, оординація багатьох деталей при організації великих поставок; 4. Можливі затримки у доставці, зважаючи на митні кордони
МОЖЛИВОСТІ	ЗАГРОЗИ
1. Відкриття нових ринків і розширення присутності в регіонах з високим потенціалом; 2. Зростання інтересу до участі в виставках та подіях як інструментів маркетингу та просування продукції; 3. Інтеграція віртуальної реальності, інтерактивних додатків та інших інноваційних технологій для поліпшення виставкового досвіду	1. Зростаюча конкуренція в сфері ритейлу, що може впливати на цінову конкуренцію і маржі; 2. Зміни в місцевому або міжнародному законодавстві, які можуть вплинути на організацію виставок або логістичні процеси; 3. Ризики пов'язані з використанням новітніх технологій, таких як кібератаки або проблеми з кібербезпекою під час виставок і подій

Здійснений нами SWOT-аналіз вказує на те, що поруч із низкою переваг і сильних сторін досліджуваного нами підприємства, існує і ряд викликів, котрі стимулюють постійно розвиватись, шукати нові інноваційні підходи щодо задоволення запитів споживачів.

Проаналізуємо детальніше безпосередно показники ефективності ЗЕД. У якості показників для аналізу нами було проаналізовано наступні показники [23]:

- частка експорту в загальному обсязі продажу;
- рентабельність експорту;
- коефіцієнт економічної ефективності експорту;
- коефіцієнт економічної ефективності імпорту;
- рентабельність імпорту.

Вихідні дані для розрахунку показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності Модерн Експо наведено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3. – Вихідні дані для розрахунку показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО»

Статті доходів та витрат	Роки		
	2021	2022	2023
обсяг експорту	168 248	1 555 625	1 348 368
обсяг продажу загальний	2 989 310	3 759 954	3 974 033
прибуток від експорту	1 590 856	1 555 625	1 348 368
собіварість товару	2 982 300	2 900 654	2 871 610
транспортні витрати	183 441	191 542	224 711
організаційні витрати	219 450	21 340	19 530
вартість імпортної продукції на внутрішньому ринку	500 976	569 122	90 423
витрати на прибання імпортної продукції	498 006	493 717	692 046
прибуток від імпорт	46 766	47 843	39 709
вартість імпорту	41 650	48 390	59 087

Для аналізу показників та коефіцієнтів ефективності ЗЕД підприємства, нами було використано методику, що наведена у 1.3 нашого дослідження.

Для того, щоб можна було стверджувати про те, що ЗЕД підприємства є ефетивною, досліджувані та аналізовані нами показники протягом аналізованого періду часу повинні мати позитивну динаміку та тенденцію до зростання. Динаміку аналізованих нами показників наведно у таблиці 2.4. та на рисунку 2.3.

Таблиця 2.4. – Динаміка показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» за 2021-2023 роки

Показники	Рекомендоване значення	Роки			Відхилення			
		2021	2022	2023	2021 р./2022 р.		2022 р./2023 р.	
					+/-	%	+/-	%
частка експорту в загальному обсязі продажу, %	20–40%	43,57	38,71	41,48	-4,86	2,76	X	X
рентабельність експорту, %	20–30%	33,08	21,00	30,84	-12,08	9,84	X	X
рентабельність імпорту, %	15–25%	11,23	10,30	10,16	-0,93	-0,14	X	X
коефіцієнт економічної ефективності імпорту	Більше 1	1,36	0,99	1,64	-0,37	0,65	-0,27	0,66
коефіцієнт економічної ефективності експорту	Більше 1	1,01	1,15	1,01	0,15	-0,14	0,15	-0,12

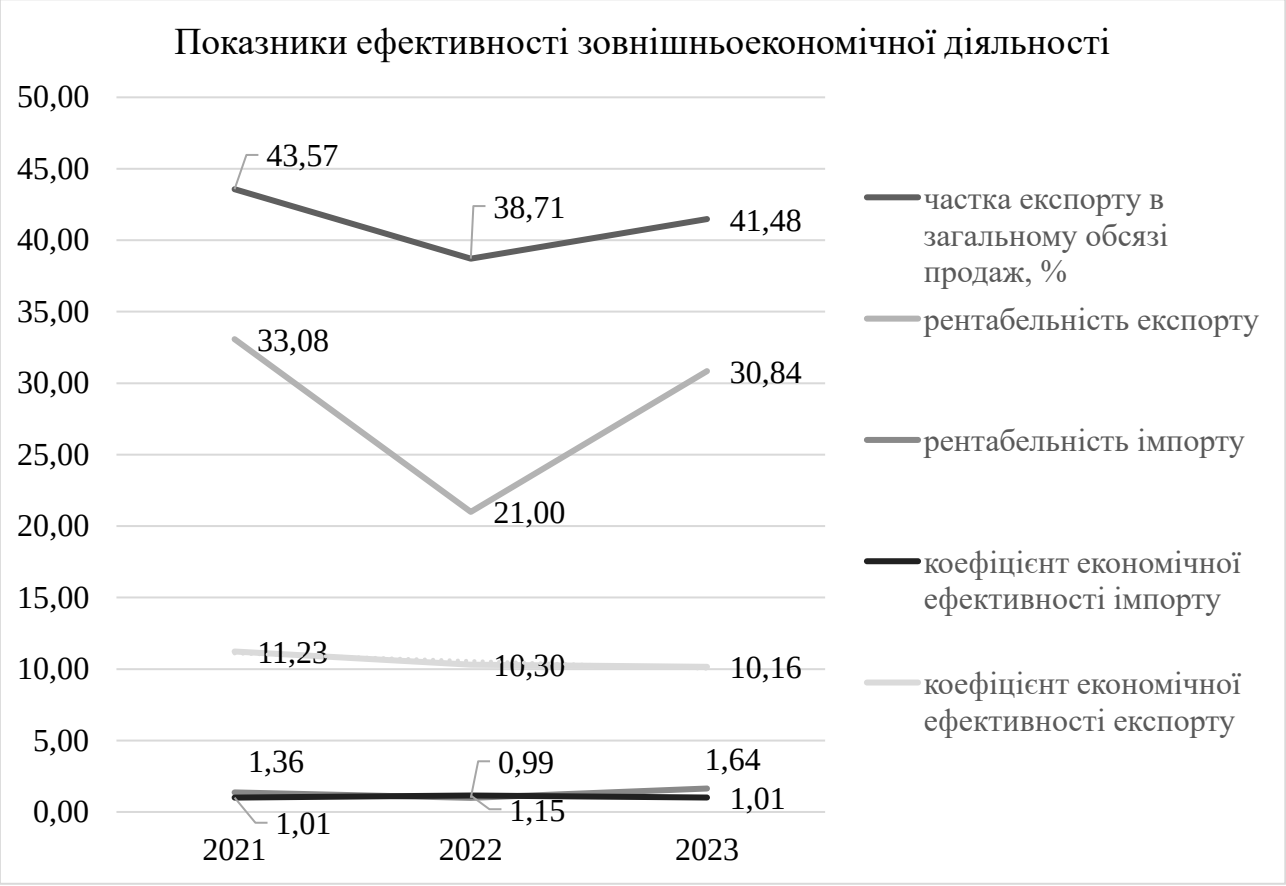

Рисунок 2.3. Показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» за 2021–2023 роки

З отриманих результатів аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного нами підприємства можемо зробити наступні висновки:

1. Частка експорту у загальному обсязі продажу загалом є високою приймає значення, в межах рекомендованих значень, а у 2021 та 2023 роках – вище рекомендованих значень. Тенденція показника протягом аналізованого періоду наступна – зниження у 2022 році порівняно з 2021 роком на 4,86% та зростання на 2,76% у 2023 році порівняно з 2022 роком.

2. Рентабельність експорту характеризує те, наскільки прибутковим є виробництво товарів або послуг для експорту. Загалом тенденція є позитивною, показники в межах рекомендованих значень, а у 2021 та 2023 роках – вище рекомендованих значень. Тенденція показника протягом аналізованого періоду наступна – зниження у 2022 році порівняно з 2021 роком на 12,08% та зростання на 9,84% у 2023 році порівняно з 2022 роком.

3. Рентабельність імпорту характеризує те, наскільки прибутковим є введення товарів або послуг з-за кордону для подальшого використання або продажу на внутрішньому ринку (в нашому випадку – використання матеріалів для подальшого виробництва). Загалом тенденція є позитивною, показники в межах рекомендованих значень, а у 2021 році – вище рекомендованих значень. Тенденція показника протягом аналізованого періоду наступна – зниження у 2022 році порівняно з 2021 роком на 0,93% у 2023 році порівняно з 2022 роком – на 0,14%.

4. Коефіцієнт економічної ефективності імпорту вказує на те, наскільки вигідно з економічної точки зору є введення товарів або послуг з-за кордону. Як бачимо з результатів аналізу, протягом аналізованого періоду, окрім 2022 року приймає значення, в межах рекомендованих значень. У 2022 році порівняно з 2021 роком значення показника зменшилось на 0,37 пунктів або на 0,27%, а у 2023 році порівняно з 2022 роком – зросло на 0,65 пунктів або на 0,66%.

5. Коефіцієнт економічної ефективності експорту допомагає визначити, наскільки успішно підприємство може здійснювати міжнародну торгівлю і чи

варто інвестувати в розширення експортних активностей. Протягом всього аналізованого періоду значення показника перебувають в межах рекомендованої норми. У 2022 році порівняно з 2021 роком значення показника зросло на 0,15 пунктів або на 0,15%, а у 2023 році порівняно з 2022 роком – зменшилось на 0,15 пунктів або на 0,12%.

Тобто, в цілому можемо підсумувати, що досліджуване нами підприємство СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» не тільки ефективно здійснює зовнішньоекономічну діяльність, але і постійно шукає можливості для зростання, нові ринки збуту пропонуючи якісні товари та послуги, котрі здатні задовольнити існуючи попит на товари та послуги в сфері торгівлі та бізнесу, електронної комерції, складів і логістики.

Застосування різноманітних методів аналізу зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного підприємства надала змогу отримати комплексну та всебічну оцінку ефективності міжнародних операцій підприємства [24].

Це сприяє виявленню проблем і можливостей, що в свою чергу дозволяє розробити обґрунтовані рекомендації для підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства на міжнародних ринках.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Для дослідження особливостей організації та ефективності зовнішньоекономічної діяльності нами було вибрано підприємство СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО», яке є одиним з найбільших виробників і постачальників торговельного обладнання для рітейлу та складу в Східній і Центральній Європі.

На нашу думку, це підприємство найбільш відповідає досліджуваній тематиці, адже займається виготовленням обладання у більше, ніж 70 країн світу, а частка експорту ставить 60% з всього обсягу виготовлення продукції.

Аналіз основних техніко-економічних показників показав, щоб підприємство раціонально використовує всі наявні та потенційні можливості, про що свідчать щорічне зростання чистого прибутку та високі показнкии рентабельності підприємства.

Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства за основними показники теж вказують на ефективіність провадження зовнішньоекономічної діяльності. Однак, разом з тим, здійснений нами SWOT-аналіз вказує на те, що з рядом реальних переваг та можливотей, існує і ряд загроз, котрі підприємство повинно враховувати при розробці стратегічних рішень.

На нашу думку, для того, щоб і надалі залишатись конкурентоспроможним, підприємству слід впровадити у виробництво інноваційної продукції на базі інтернету речей, який на сьогоднішній день є надзвичайно актуальним і ефективним [25–28].

У якості пропозицій пропонується виготовлення розумного холодильника, вирівши тим самим два завлання. З одного боку, створити якісне та доступне за ціною інноваційне рішення для роздрібних торговців, що спростить процес мерчендайзингу та дозволить мінімізувати витрати і час обслуговування клієнтів, як для підприємств роздрібної торгівлі, так і для виробників харчових продуктів. З іншого боку, покращити ефективність своєї інноваційної діяльності

шляхом збільшення витрат на дослідження і розробки у компанії і, відповідно, збільшення обсягу випуску продуктових інновацій.

Основні характеристики розумного холодильника наступні.

Назва продукту. Розумний холодильник Smart Frost.

Проблематика, яку вирішує продукт. Постійне скорочення життєвого циклу товарів призвело до необхідності зменшення періоду розробки і виробництва. Для того щоб випускати конкурентоздатні продукти, які вже користуються попитом або будуть відомі в найближчому майбутньому, їх потрібно вчасно ввести на ринок. Перед розробкою нових продуктів необхідно зібрати та проаналізувати актуальні дані маркетингових досліджень щодо попиту на певний вид продукції. Отже, ключовим є відслідковування попиту на товар у реальному часі для швидкого збору і аналізу цих даних і, в результаті, скорочення часу до випуску продукції.

Опис унікальних властивостей продукту. Збір і аналіз великих обсягів даних (Big Data), прогнозування потреби у товарах.

Функціональне призначення продукту.

Коротка технічна характеристика. Розумний холодильник буде складатися зі звичайної пристінної холодильної вітрини та системи моніторингу Out-of-stock, яка у реальному часі буде відображати інформацію про кількість і види товарів, що залишилися в холодильнику. Ці дані будуть зберігатися в базі даних з можливістю доступу як для виробників певних продуктів, так і для роздрібних торговців. Інформація в системі буде фільтруватися та впорядковуватися за різними критеріями, такими як виробник, вид продукції, обсяг продажів тощо.

Розумний холодильник Smart Frost, має кілька значних переваг [30]:

1. Реальний час моніторингу. Система Out-of-stock надає можливість в реальному часі відстежувати кількість і типи товарів, що залишилися в холодильнику. Це дозволяє оперативно виявляти вичерпання запасів і вчасно поповнювати їх, щоб уникнути втрат продажів через відсутність товару.

2. Оптимізація управління запасами: Збір даних про залишки товарів дозволяє підприємствам ефективніше управляти запасами. Виробники можуть

відстежувати попит на свою продукцію і планувати виробництво з урахуванням реальних даних про продажі.

3. Зменшення втрат через відсутність товару: Інформація про залишок товарів у реальному часі дозволяє оперативно реагувати на вичерпання запасів і швидко відновлювати їх. Це допомагає уникнути втрат продажів і зберегти задоволення клієнтів.

4. Доступ до даних для виробників і роздрібних торговців: База даних про залишки товарів доступна як для виробників, так і для роздрібних торговців. Це сприяє покращенню взаєморозуміння між сторонами, оптимізації ланцюга постачання і забезпеченню належного рівня запасів.

5. Аналітика та звітність: Зібрані дані можуть бути використані для проведення аналізу виробничої діяльності, попиту на продукцію і прогнозування майбутніх потреб. Це дозволяє оптимізувати стратегії продажу і планування виробництва.

Таким чином, розумний холодильник з системою моніторингу Out-of-stock є потужним інструментом для підвищення ефективності управління запасами і забезпечення конкурентоспроможності в сучасному ринковому середовищі.

Що ж стосується ринків збуту, то для початку, це можуть бути вітчизняні сучасні супермаркети. Разом з тим буде представлення Smart Frost на міжнародних виставках для залучення іноземних прокупців. Холодильник зі схожими характеристиками вже виготовляють у світі, проте перевагою СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО» є те, що вони мають технології, котрі дозволять виготовляти холодтльник дешевше, ніж у конкурентів.

Технологія комп’ютерного зору – це галузь інформатики, що вивчає методи та алгоритми для обробки зображень і відео з метою автоматизації аналізу та розпізнавання об’єктів і сцен. Основні аспекти технології комп’ютерного зору включають в себе:

1. Обробка зображень. Розробка алгоритмів для фільтрації, підсилення, виокремлення об’єктів і інших операцій з цифровими зображеннями.

2. Видобування ознак. Визначення і виділення особливих ознак і характеристик об’єктів на зображеннях, які можна використовувати для їх класифікації і розпізнавання.

3. Розпізнавання об’єктів. Автоматичне визначення і класифікація об’єктів на зображеннях і відео (наприклад, обличчя, машини, тварини тощо).

4. Відстеження руху. Визначення та аналіз руху об’єктів в часі на основі відео-даних.

5. Аналіз сцен. Розуміння та інтерпретація складних сцен і взаємодій між об’єктами на зображеннях.

6. Автоматизація процесів. Використання комп’ютерного зору для автоматизації виробничих, наукових, медичних і інших процесів.

Показники ефективності проекту наведено нижче.

Грошовий потік, тис. грн:

2025 рік 700.

2026 рік 800.

2027 рік 900.

Дисконтна ставка, 25%.

Дисконтований грошовий потік, тис. грн:

2025 рік 560.

2026 рік 512.

2027 рік 460,8

Індекс дохідності 1,226.

Період окупності 2,39 роки.

Отже, як бачимо, індекс дохідності більше 1, а це свідчить про те, що проект є економічно вигідним.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991р. № 959-XII. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=959-12.

2. Оліховський В.С. Аналізування стану зовнішньоекономічної діяльності України. *Економіка та суспільство.* 2023. №50. URL: https://cutt.ly/Iesq4wYE.

3. Міщенко Д.А., Міщенко Л.О. Теоретичні основи механізму державного регулювання зовнішньо-економічної діяльності в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2021. № 2. URL: https://cutt.ly/Desq32DU.

4.Коханська І. Що веземо? Про міжнародні товарно-транспортні накладні. URL: https://cutt.ly/cea96mqz.

5. Бугас В.В., Казімірова О.В. Сутність, види та особливості розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств електроенергетики в національній економіці україни. *Ефективна економіка*. 2018. №12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/77.pdf.

6. Кондратенко Н.О., Тернова І.А., Колесник Т.М. Теоретико-методичні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю господарюючих суб'єктів України. *Бізнес Інформ*. 2021. №2. С. 21–26.

7. Воскресенська Т.І., Вінярський Б.І. Формування обліково-аналітичного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємств в розрізі її видів. *Економіка та суспільство*. 2024. №59. URL: https://cutt.ly/9esq8C5R.

8. Скрипник С.М., Процевят О.Ф., Воронова О.Р. Особливості регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. С. URL: https://cutt.ly/Nea971Re.

9. Шапоренко О.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства: навч.посіб. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 435 с.

10. Бестужева С.В. Теоретико-методичні аспекти вибору форми фінансового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. URL: https://cutt.ly/1esq7Gld.

11. Кривов’язюк І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. Луцьк : Надстир’я, 2005. 140 с.

12. Кривов’язюк І.В., Шульга М. Методичні засади здійснення аналізу розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Економічний форум*. 2023. №4. С. 134–141.

13. Кривов’язюк І.В., Тележинська Н.В. Теоретико-методичне обґрунтування та аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Ефективна економіка.* 2017. №9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5762.

14. Агєєв Є.Я. Зовнішньоекономічна діяльність: основи, маркетинг, менеджмент, облік, ефективність: навч. посіб. Харків, 2016. 480 с.

15. Мельник О.Г., Передало Х.С., Горошко Ю.В. Оцінювання результативності управління зовнішньоекономічною діяльністю на основі цільових показників. *Менеджмент та підприємництво в Україні.* 2021. № 2(6). С. 72–81.

16. Карачина Н.П., Сметанюк О.А., Вітюк А.В., Мукоід Д. Д. Діагностика ефективності зовнішньоекономічної діяльності. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2021. № 3. С. 101–107.

17. Горбаль Н.І., Шлайфер М.Б. Оцінювання ефективності зовнішньоекономічної діяльності (на прикладі ПРАТ «Могилів-подільський консервний завод»). *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2023. №1(9). С. 29–39.

18. Петришина Н.Я., Яремчук Т.В. Ключові показники ефективності працівників ЗЕД в системі ціннісно-цільового управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Економіка та суспільство.* 2023. №51. URL: https://cutt.ly/oea94yYR.

19. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Терлецька В.О. Митна справа : підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2021. 240 с

20. Крупка Я.Д., Назарова І.Я. Облік міжнародних операцій : навчальний посібник. Тернопіль : Крок, 2016. 216 с.

21. Modern Expo – офіційний сайт. URL: https://modern-expo.eu/ua.

22. Кувік В.М. Перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств малого та середнього бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2024. URL: https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2024-12-04-01/2024-12-04-01.

23. Іщук С.О., Полякова Ю.В., Процевят О.С. Структура та динаміка українського товарного експорту: регіональний вимір. *Регіональна економіка* . 2021. № 1. С. 20–28

24. Експорт України у 2022 році: головні тенденції, сектори та регіони. *Дія Бізнес Експортний напрям.* URL: https://cutt.ly/mea97Eko.

25. Гребельник О.П. Методологічні аспекти аналізу участі України у сфері світогосподарських відносин. *Стратегія розвитку України*. 2019. №2. С. 13–21.

26. Кущенко О.І., Шкіра Д.М. Аналітична оцінка зовнішнього ринку України. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Краєзнавство. Туризм».* 2019. №9. С. 42–49.

27. Лопатовський В.Г., Новіцький О.В. Стратегічні орієнтири підвищення ефективності експортно-імпортних операцій в системі забезпечення економічної безпеки підприємств. *Innovation and Sustainability*. 2022. №4. С. 139–146.

28. Милашко О.Г. Статичне дослідження стану розвитку зовнішньої торгівлі України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2021.№1(76). С. 191–202.

29. Тренди ритейлу: як інновації змінять ринок у 2024 році. URL: https://torgsoft.ua/articles/stati/trendy-rytejlu-2023/

30. 5 прикладів технологій в роздрібній торгівлі, які змінюють якість обслуговування клієнтів. URL: https://brainberry.ua/uk/newsroom/blog/5-retail-technology-examples-that-redesign-customer-experience.

ДОДАТКИ

Додаток А

Річна звітність СП ТОВ «МОДЕРН-ЕКСПО»