

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет міжнародної економіки і менеджменту
Кафедра міжнародної торгівлі і маркетингу**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 05 Соціальні та поведінкові науки
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 051 Економіка**

Форма навчання: заочна

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему Механізми розвитку експортного потенціалу підприємства
здобувачки Мартиненко Дарії Ярославівни

Наукова керівниця: к.е.н., доцент Гордєєва Тамара Федорівна

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією
з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувачка кафедри: д-р екон.наук, професорка Циганкова Т.М.

Київ 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародної торгівлі і маркетингу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА	МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА
спеціальність	051 Економіка
галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми
Ярослава СТОЛЯРЧУК

_____ 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Тетяна.ЦИГАНКОВА

_____ 2024 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Мартиненко Дарії Ярославівні

заочної форми навчання

на тему МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Тему затверджено наказом ректора Університету від "07" грудня 2023 р. № 2233-ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах вторинних джерел наукової та статистичної інформації.

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1	Теоретичні засади формування механізму розвитку експортного потенціалу підприємства.
-----------------	--

Розділ 2	Аналіз механізму розвитку експортного потенціалу підприємства ТОВ «CAMOZZI».
-----------------	--

Об'єкт дослідження:	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства.
Предмет дослідження:	Чинники і механізми розвитку експортного потенціалу підприємства.
Мета кваліфікаційної магістерської роботи:	Аналіз та визначення факторів, що впливають на формування та розвиток експортного потенціалу підприємства, а також розроблення пропозицій щодо удосконалення механізму його розвитку.

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	Дослідити підходи до визначення сутності, структури та показників вимірювання експортного потенціалу підприємства.
--------------------	--

Вивчити фактори формування та розвитку експортного потенціалу підприємства.

Проаналізувати структуру механізму розвитку експортного потенціалу підприємства.

У розділі 2	Обґрунтувати експортну діяльність підприємства ТОВ «CAMOZZI».
--------------------	---

Визначити компоненти експортного потенціалу підприємства.

Розробити пропозиції щодо напрямів удосконалення механізму розвитку експортного потенціалу підприємства.

**Завдання підготував
науковий керівник**

Гордєєва Т.Ф.

«11» грудня 2023 р.

**Завдання одержав
здобувач**

Мартиненко Д.Я.

«11» грудня 2023 р.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 54 сторінки, 3 таблиці, 2 рисунки, список використаних джерел з 32 найменувань, 1 додаток.

Механізми розвитку експортного потенціалу підприємства

Об'єктом дослідження є зовнішньоекономічна діяльність підприємства.

Предметом дослідження є чинники і механізми розвитку експортного потенціалу підприємства.

Мета дослідження - аналіз та визначення факторів, що впливають на формування та розвиток експортного потенціалу підприємства, а також розроблення пропозицій щодо удосконалення механізму його розвитку. Завданнями роботи були:

- дослідити підходи до визначення сутності, структури та показників вимірювання експортного потенціалу підприємства;
- вивчити фактори формування та розвитку експортного потенціалу підприємства;
- проаналізувати структуру механізму розвитку експортного потенціалу підприємства;
- обґрунтувати експортну діяльність підприємства ТОВ «CAMOZZI»;
- визначити компоненти експортного потенціалу підприємства;
- розробити пропозиції щодо напрямів удосконалення механізму розвитку експортного потенціалу підприємства.

Практична цінність результатів дослідження полягає у можливості застосування розроблених заходів та рекомендацій для підвищення ефективності експортної діяльності українських підприємств в умовах глобалізації та зростаючої міжнародної конкуренції.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи 2024 р.

Рік захисту роботи 2024 р.

Ключові слова: експортний потенціал, підприємство, експортна діяльність, механізми, фактори, розвиток.

В і д г у к
про кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувачки факультету Міжнародної економіки і менеджменту
освітньо-професійної програми « Міжнародна економіка»

Мартиненко Д.Я.

на тему «**Механізми розвитку експортного потенціалу підприємства**»

- 1.Актуальність теми: Експортний потенціал підприємства відіграє вирішальну роль в успішному завоюванні зарубіжних ринків і зростанні компанії. У цьому контексті тема КБР є досить актуальною.
- 2.Позитивні риси кваліфікаційної роботи: у роботі детально розглянуто фактори формування і розвитку експортного потенціалу підприємства, проаналізовано експортний потенціал підприємства «CAMOZZI»
- 3.Наявність самостійних розробок автора самостійно автором визначено напрями удосконалення механізму розвитку експортного потенціалу підприємства
- 4.Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій: висновки і рекомендації мають певну практичну цінність для компаній, що експортують або планують експортувати свою продукцію на зовнішні ринки.
- 5.Наявність недоліків: робота має більш описовий характер, у деяких місцях роботи порушується логіка викладання матеріалу, наводяться розрахунки коефіцієнтів без відповідного аналізу, у вступі пропущені деякі обов'язкові складові, у роботі недостатньо використаний ілюстративний матеріал.
6. Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК: відповідає вимогам, заслуговує позитивної оцінки і може бути допущена до захисту перед ЕК.

Науковий керівник доцент кафедри міжнародної торгівлі і маркетингу, доцент, канд.екон.наук

Гордєєва Т.Ф.

“11” червня 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	5
1.1. Підходи до визначення сутності, структура та показники вимірювання експортного потенціала підприємства.....	5
1.2. Фактори формування і розвитку експортного потенціалу підприємства.....	11
1.3. Структура механізму розвитку експортного потенціала підприємства.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «САМОZZI».....	27
2.1. Експортна діяльність підприємства.....	27
2.2. Компоненти експортного потенціалу підприємства.....	38
2.3. Напрями удосконалення механізму розвитку експортного потенціалу підприємства.....	47
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51

ВСТУП

Актуальність теми дослідження полягає у необхідності розроблення механізмів розвитку експортного потенціалу підприємства «CAMOZZI», що сприятиме його конкурентоспроможності на ринку та розвитку економіки в цілому.

Механізми розвитку експортного потенціалу підприємства «CAMOZZI» зумовлені активізацією процесів глобалізації та зростанням конкуренції на міжнародних ринках. Для підприємств, що здійснюють експортну діяльність, важливо мати ефективний і динамічно розвиваючий експортний потенціал.

Дослідження механізмів розвитку експортного потенціалу підприємства «CAMOZZI» дозволить виявити ключові фактори, що впливають на успішність його експортної діяльності та забезпечити підприємство необхідними інструментами для просування на зовнішніх ринках.

У зв'язку з цим, дослідження даної теми має практичне значення для підприємства «CAMOZZI», а також може стати корисним для інших компаній, що прагнуть розвивати свій експортний потенціал та займати стійку позицію на міжнародних ринках.

Метою дослідження є аналіз та визначення факторів, що впливають на формування та розвиток експортного потенціалу підприємства, а також розроблення пропозицій щодо удосконалення механізму його розвитку.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- дослідити підходи до визначення сутності, структури та показників вимірювання експортного потенціалу підприємства;
- вивчити фактори формування та розвитку експортного потенціалу підприємства;
- проаналізувати структуру механізму розвитку експортного потенціалу підприємства;
- обґрунтувати експортну діяльність підприємства ТОВ «CAMOZZI»;
- визначити компоненти експортного потенціалу підприємства;

- розробити пропозиції щодо напрямів удосконалення механізму розвитку експортного потенціалу підприємства.

Об'єктом дослідження є зовнішньоекономічна діяльність підприємства.

Предметом дослідження є чинники і механізми розвитку експортного потенціалу підприємства.

Методи дослідження. Серед методів дослідження були використані: аналіз, узагальнення, синтез даних, інтерполяція тощо.

Структура роботи. Кваліфікаційна бакалаврська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 54 сторінки, 3 таблиці, 2 рисунки, список використаних джерел з 35 найменувань, 1 додаток.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Підходи до визначення сутності, структури та показників вимірювання експортного потенціалу підприємства

Експортний потенціал підприємства є одним із ключових чинників його конкурентоспроможності на міжнародних ринках. У сучасних умовах глобалізації та зростання міжнародної конкуренції ефективне використання експортного потенціалу дозволяє підприємству не лише зміцнювати свої позиції на зовнішніх ринках, але й забезпечувати стійкий економічний розвиток. Теоретичні засади формування механізму розвитку експортного потенціалу включають вивчення сутності експортного потенціалу, його структури та факторів, що впливають на його формування і розвиток.

Виробничі потужності підприємства є основою його експортного потенціалу. Вони включають наявність сучасного обладнання, технологій та виробничих процесів, що дозволяють виготовляти продукцію високої якості, яка відповідає вимогам міжнародних стандартів [1]. Важливим аспектом є впровадження систем управління якістю, таких як ISO 9001, що забезпечують відповідність продукції міжнародним стандартам [2].

Інноваційний потенціал підприємства визначається здатністю до розробки та впровадження нових продуктів, технологій та процесів, що забезпечують конкурентоспроможність на світових ринках. Інноваційний потенціал охоплює не лише технологічні інновації, але й організаційні та управлінські інновації, що сприяють підвищенню ефективності діяльності підприємства та його адаптації до змін на міжнародних ринках [3, 4].

Маркетингові можливості охоплюють здатність підприємства до ефективного просування своєї продукції за кордоном, використання сучасних

маркетингових інструментів та стратегій, а також налагодження ефективних каналів збуту. Маркетингові можливості включають аналіз ринку, визначення цільових сегментів, розробку маркетингових стратегій та планів, а також управління маркетинговими кампаніями. Важливим аспектом є вміння адаптувати маркетингові стратегії до специфіки різних ринків та культурних особливостей [9, 10].

Фінансова стійкість підприємства включає аналіз фінансових показників, наявність кредитних ресурсів та інвестиційних можливостей, які забезпечують фінансову підтримку експортної діяльності. Фінансова стійкість дозволяє підприємству здійснювати довгострокові інвестиції у розвиток виробництва, маркетинг та інновації, що є необхідним для успішного виходу на міжнародні ринки. Здатність до залучення фінансових ресурсів та ефективного управління ними є важливим чинником у забезпеченні стабільності та зростання експортної діяльності [5, 6].

Кадровий потенціал підприємства визначається кваліфікацією та підготовкою працівників, які безпосередньо беруть участь у здійсненні експортної діяльності. Важливими є знання міжнародних стандартів, мовна підготовка, досвід роботи на зовнішніх ринках та здатність адаптуватися до змін у міжнародному бізнес-середовищі. Кадровий потенціал включає професійний розвиток, навчання та мотивацію працівників, що сприяє підвищенню їх компетентності та ефективності роботи. Важливим є постійний розвиток та вдосконалення кожного з компонентів експортного потенціалу для забезпечення стабільного зростання та успішної діяльності на міжнародних ринках [11, 12].

Неможливо повноцінно описати можливості експортного потенціалу підприємства без його показників. Вони дозволяють йому аналізувати свою ефективність, виявляти сильні та слабкі сторони, а також розробляти стратегії для покращення своєї діяльності. Показники вимірювання експортного потенціалу дозволяють підприємству аналізувати свою ефективність, виявляти сильні та слабкі сторони, а також розробляти стратегії для покращення своєї діяльності [13].

Одним з основних показників є обсяги експорту, які характеризують кількість продукції, що реалізується підприємством на зовнішніх ринках. Обсяги експорту можуть вимірюватися як у фізичних одиницях (штуки, тонни), так і у вартісному вираженні (долари, євро). Аналіз динаміки обсягів експорту дозволяє оцінити успішність експортної діяльності підприємства за певний період часу [14].

Рентабельність експорту відображає здатність підприємства отримувати прибуток від своєї експортної діяльності. Рентабельність можна визначати як відношення прибутку від експорту до загальних витрат, пов'язаних з експортною діяльністю. Високий рівень рентабельності свідчить про ефективність експортної стратегії підприємства та його здатність до отримання прибутку на міжнародних ринках [15, 16].

Рентабельність експорту = (прибуток від експорту / витрати на експорт) $\times$ 100

Частка підприємства на міжнародних ринках також є важливим показником експортного потенціалу. Вона визначає позицію підприємства на зовнішніх ринках відносно його конкурентів. Частка ринку може вимірюватися як відсоток від загального обсягу продажів на певному ринку. Висока частка ринку свідчить про сильні конкурентні позиції підприємства та його здатність успішно конкурувати на міжнародних ринках [15, 16].

Ринкова частка = (обсяг експорту підприємства / загальний обсяг ринку) $\times$ 100

Здатність до інновацій є показником, що відображає здатність підприємства до розробки та впровадження нових продуктів, технологій та процесів. Інноваційна активність підприємства може вимірюватися кількістю нових продуктів, впроваджених на ринок, витратами на дослідження та розробки, а також кількістю патентів та ліцензій. Високий рівень інноваційної активності свідчить про здатність підприємства адаптуватися до змін на міжнародних ринках та підвищувати свою конкурентоспроможність [15, 16].

Індекс інноваційної активності = $\frac{\text{кількість нових продуктів}}{\text{загальна кількість продуктів}} \times 100$

Ефективність управління ресурсами є наступним показником. Вона включає аналіз використання виробничих потужностей, управління запасами, ефективність

логістичних процесів та управління кадровими ресурсами. Ефективне управління ресурсами дозволяє підприємству знижувати витрати, підвищувати якість продукції та забезпечувати своєчасне виконання замовлень на зовнішніх ринках [15, 16].

Коефіцієнт ефективності $= \frac{\text{(фактичний обсяг виробництва)}}{\text{максимально можливий обсяг виробництва}} \times 100$

Одним з базових показників є обсяги експорту, які характеризують кількість продукції, що реалізується підприємством на зовнішніх ринках. Обсяги експорту можуть вимірюватися як у фізичних одиницях (штуки, тонни), так і у вартісному вираженні (долари, євро). Аналіз динаміки обсягів експорту дозволяє оцінити успішність експортної діяльності підприємства за певний період часу [17, с. 45-50].

Рентабельність експортної діяльності є ще одним важливим показником, що відображає здатність підприємства отримувати прибуток від своєї експортної діяльності. Рентабельність можна визначати як відношення прибутку від експорту до загальних витрат, пов'язаних з експортною діяльністю. Високий рівень рентабельності свідчить про ефективність експортної стратегії підприємства та його здатність до отримання прибутку на міжнародних ринках [18, с. 67-70].

Знання частки підприємства на ринку та відносно інших конкурентів є необхідним. Частка ринку може вимірюватися як відсоток від загального обсягу продажів на певному ринку. Висока частка ринку свідчить про сильні конкурентні позиції підприємства та його здатність успішно конкурувати на міжнародних ринках [19, с. 112-115].

Здатність до інновацій є показником, що відображає здатність підприємства до розробки та впровадження нових продуктів, технологій та процесів. Інноваційна активність підприємства може вимірюватися кількістю нових продуктів, впроваджених на ринок, витратами на дослідження та розробки, а також кількістю патентів та ліцензій. Високий рівень інноваційної активності свідчить про здатність підприємства адаптуватися до змін на міжнародних ринках та підвищувати свою конкурентоспроможність [20, с. 145-150].

Ефективність управління ресурсами також є важливим показником експортного потенціалу. Вона включає аналіз використання виробничих потужностей, управління запасами, ефективність логістичних процесів та управління кадровими ресурсами. Ефективне управління ресурсами дозволяє підприємству знижувати витрати, підвищувати якість продукції та забезпечувати своєчасне виконання замовлень на зовнішніх ринках [21, с. 67-70]. У більшості випадків саме цей фактор є вирішальним у питанні конкуренції.

Існує кілька теоретичних підходів до визначення експортного потенціалу підприємства, які дозволяють враховувати різні аспекти та фактори, що впливають на його формування. Кожен з підходів має свої засновники, особливості, переваги та недоліки [22].

Одним з основних підходів є структурно-функціональний підхід. Він розглядає експортний потенціал як сукупність функціональних елементів підприємства, що забезпечують його здатність до здійснення експортної діяльності. Цей підхід акцентує увагу на внутрішній структурі підприємства, включаючи виробничі потужності, фінансові ресурси, кадровий потенціал та маркетингові можливості. Основною перевагою цього підходу є детальний аналіз внутрішніх чинників, що впливають на експортний потенціал. Недоліком є обмеженість у врахуванні зовнішніх факторів, таких як ринкове середовище та конкуренція [23, 24].

Ресурсний підхід заснований на теорії ресурсної бази підприємства. Відповідно до цього підходу, експортний потенціал визначається наявністю та якістю ресурсів, які підприємство може використовувати для здійснення експортної діяльності. Основні ресурси включають фінансові, матеріальні, людські та інформаційні ресурси. Засновниками цього підходу є Барні Джей та Вернерфельт Біргер. Перевагою ресурсного підходу є можливість точного вимірювання ресурсного потенціалу підприємства. Недоліком є недостатня увага до процесу використання ресурсів та зовнішніх впливів.

Результативний підхід розглядає експортний потенціал з точки зору результатів, які підприємство може досягти на зовнішніх ринках. Цей підхід

акцентує увагу на таких показниках, як обсяги експорту, рентабельність експортної діяльності, частка ринку та інші результати експортної діяльності. Основною перевагою є можливість оцінки ефективності експортної діяльності підприємства на основі конкретних результатів. Недоліком є обмеженість у врахуванні процесів та ресурсів, необхідних для досягнення цих результатів [23, 24].

Системний підхід дозволяє враховувати як внутрішні, так і зовнішні фактори, що впливають на експортний потенціал, але його недоліком є складність у реалізації та вимірюванні всіх взаємозв'язків [23, 24].

Оцінка експортного потенціалу підприємства рекомендується здійснювати через багатофункціональну структуру, яка включає кілька етапів [25]. Перший етап - експертна оцінка можливостей підприємства на основі відповідних показників та результатів дослідження, тобто огляд показників поточної діяльності підприємства та опитування його працівників.

Другий етап - аналітична оцінка експортного потенціалу підприємства, яка включає використання набору показників для оцінки різних аспектів експортної діяльності.

Третій етап - формування системи оцінок для прийняття управлінських рішень, що передбачає створення інформаційно-аналітичної системи, яка допомагає обробляти, аналізувати та використовувати великий обсяг даних про експортну діяльність підприємства.

Четвертий етап - порівняння результатів проведених досліджень та експертних висновків. Експертні методи аналізу досить часто використовуються при оцінці експортного потенціалу підприємства, оскільки вони дозволяють залучити фахівців для вивчення проблеми та надання цінних висновків і рекомендацій.

Це все дозволяє об'єктивно оцінити поточний стан підприємства, виявити фактори, що впливають на його конкурентоспроможність, визначити шляхи вирішення проблем, підвищити ефективність продажів на внутрішньому ринку та створити можливості для виходу на міжнародний ринок .

1.2 Фактори формування і розвитку експортного потенціалу підприємства

Формування і розвиток експортного потенціалу підприємства залежать від впливу численних факторів, які можна поділити на внутрішні та зовнішні. Внутрішні фактори визначаються ресурсами, які підприємство має у своєму розпорядженні, а також здатністю ефективно використовувати ці ресурси для досягнення конкурентних переваг на міжнародних ринках [26].

Внутрішні фактори, що впливають на експортний потенціал підприємства, включають матеріальні та нематеріальні ресурси. Матеріальні ресурси підприємства є основою для забезпечення виробничої діяльності та формування експортного потенціалу. Вони включають виробничі потужності, сировину та матеріали, фінансові ресурси та інфраструктуру. Наявність сучасного обладнання та технологій є ключовим елементом для виготовлення продукції, яка відповідає вимогам міжнародних стандартів. Аналіз виробничих потужностей можна здійснити шляхом оцінки технічного стану обладнання, рівня автоматизації виробничих процесів та продуктивності праці.

Якість та надійність постачання сировини та матеріалів впливають на виробничі процеси та кінцеву якість продукції. Підприємства, які мають доступ до високоякісних матеріалів за конкурентними цінами, можуть забезпечити більш високу якість продукції та зниження виробничих витрат. Аналіз цього фактора може включати оцінку надійності постачальників, якості сировини та матеріалів, а також їхньої вартості. Це дозволяє підприємству вибрати найбільш вигідні умови постачання та мінімізувати ризики, пов'язані з нестабільністю постачання.

Наявність достатніх фінансових ресурсів дозволяє підприємству фінансувати дослідження та розробки, модернізацію виробництва та вихід на нові ринки. Оцінка фінансової стійкості включає аналіз фінансових показників, таких як ліквідність, рентабельність та фінансова стабільність. Важливо враховувати

можливість залучення зовнішніх фінансових ресурсів, таких як кредити та інвестиції, для підтримки розвитку експортної діяльності.

Наявність розвиненої інфраструктури, включаючи логістичні системи, складські приміщення та транспортні засоби, забезпечує ефективне управління ланцюгами постачання та своєчасне доставлення продукції до кінцевих споживачів. Підприємства з ефективною інфраструктурою можуть швидше реагувати на зміни ринкових умов та забезпечувати високу якість обслуговування клієнтів. Аналіз інфраструктури включає оцінку стану логістичних систем, ефективності транспортних засобів та умов зберігання продукції. Це дозволяє підприємству ідентифікувати слабкі місця у своїй інфраструктурі та вжити заходів для їх усунення.

Нематеріальні ресурси є не менш важливими для формування експортного потенціалу підприємства, оскільки вони визначають здатність підприємства адаптуватися до змін на ринку та підвищувати свою конкурентоспроможність. До нематеріальних ресурсів відносяться інтелектуальний капітал, досвід та кваліфікація працівників, брендинг та репутація, а також інформаційні ресурси. Інтелектуальний капітал підприємства включає знання, ноу-хау, патенти та інші інтелектуальні активи, які можуть бути використані для створення інноваційних продуктів та технологій. Оцінка інтелектуального капіталу може здійснюватися шляхом аналізу кількості патентів, рівня інноваційної активності та витрат на дослідження та розробки. Це дозволяє підприємству визначити свої сильні та слабкі сторони у сфері інновацій та розробити стратегії для підвищення інноваційного потенціалу.

Досвід та кваліфікація працівників є головним фактором, що визначає здатність підприємства до впровадження нових технологій та адаптації до змін ринкових умов. Висококваліфіковані працівники здатні швидко реагувати на зміни та забезпечувати високий рівень продуктивності та якості продукції. Оцінка цього фактора може включати аналіз рівня освіти, досвіду роботи та професійного розвитку працівників. Це дозволяє підприємству визначити потреби у навчанні та

підвищенні кваліфікації працівників для забезпечення їх відповідності вимогам ринку.

Брендинг та репутація підприємства на міжнародних ринках впливають на сприйняття його продукції споживачами та партнерами. Підприємства з сильною репутацією та впізнаваним брендом можуть легше залучати нових клієнтів та партнерів, а також підтримувати довгострокові відносини з існуючими. Оцінка брендингу та репутації може здійснюватися шляхом аналізу відгуків споживачів, рівня впізнаваності бренду та результатів маркетингових досліджень. Це дозволяє підприємству розробити ефективні стратегії для зміцнення свого бренду та покращення репутації на міжнародних ринках.

Інформаційні ресурси включають дані про ринки, конкуренти, технології та споживачів, які можуть бути використані для прийняття обґрунтованих рішень та розробки ефективних стратегій. Наявність актуальної та достовірної інформації дозволяє підприємству швидко реагувати на зміни ринкових умов та розробляти конкурентні стратегії. Оцінка цього фактора може включати аналіз інформаційних систем підприємства, методів збору та обробки даних, а також рівня використання інформаційних технологій. Це дозволяє підприємству визначити можливості для покращення управління інформаційними ресурсами та підвищення їх ефективності.

Формування і розвиток експортного потенціалу підприємства також залежать від зовнішніх факторів, які включають макроекономічне середовище та політичну стабільність. Ці фактори мають значний вплив на здатність підприємства здійснювати експортну діяльність і досягати успіху на міжнародних ринках.

Макроекономічне середовище охоплює економічні умови, які впливають на підприємство на національному та міжнародному рівнях. Це включає такі показники, як рівень економічного зростання, інфляція, курси валют, ставки відсотків, рівень безробіття та інші макроекономічні індикатори. Сприятливе макроекономічне середовище сприяє розвитку експортного потенціалу підприємства, оскільки стабільний економічний ріст, низька інфляція та стабільні валютні курси створюють сприятливі умови для ведення бізнесу.

Політична стабільність є ще одним важливим зовнішнім фактором, який впливає на експортний потенціал підприємства. Політична стабільність включає відсутність політичних криз, стабільність уряду, наявність ефективних законодавчих та регуляторних рамок, а також передбачуваність політичних рішень. Політично стабільне середовище сприяє залученню інвестицій, забезпечує стабільність економічної діяльності та сприяє довгостроковому плануванню бізнесу. Підприємства, які працюють в політично стабільних країнах, мають більше шансів на успіх у міжнародній торгівлі, оскільки вони можуть краще прогнозувати свої дії і уникати ризиків, пов'язаних з політичними змінами.

Про інновації було описано немало, проте потрібно детальніше розписати процес їх втілення. Інноваційні стратегії включають розробку і впровадження стратегічних планів, спрямованих на розвиток інноваційної діяльності підприємства. Вони охоплюють визначення пріоритетних напрямків інноваційного розвитку, залучення ресурсів для підтримки інновацій, співпрацю з науково-дослідними установами та іншими підприємствами, а також впровадження нових підходів до управління інноваціями. Інноваційні стратегії дозволяють підприємству систематично і цілеспрямовано впроваджувати інновації, що сприяє підвищенню його конкурентоспроможності та успішному виходу на зовнішні ринки. Аналіз інноваційних стратегій може включати оцінку ефективності стратегічного планування інноваційної діяльності, рівня залучення ресурсів для підтримки інновацій, а також результатів співпраці з науково-дослідними установами та іншими підприємствами. Це дозволяє підприємству визначити сильні та слабкі сторони своїх інноваційних стратегій і розробити заходи для їх вдосконалення.

Найскладнішою, проте необхідною частиною маркетингу компанії є просування продукції, що охоплює всі заходи, спрямовані на підвищення впізнаваності бренду, формування позитивного іміджу продукції та залучення потенційних клієнтів. Це може включати рекламні кампанії, участь у виставках та ярмарках, публічні виступи, PR-акції, цифровий маркетинг та використання соціальних медіа. Ефективне просування продукції дозволяє підприємству донести

інформацію про свої продукти до широкої аудиторії, сформувати попит та стимулювати продажі на зовнішніх ринках. Аналіз просування продукції може включати оцінку ефективності маркетингових заходів, рівня впізнаваності бренду, а також результатів рекламних кампаній. Це дозволяє підприємству визначити найбільш ефективні маркетингові інструменти та стратегії для просування продукції на міжнародних ринках.

Канали збуту є іншим важливим аспектом маркетингових можливостей підприємства. Вони включають всі шляхи, за допомогою яких продукція досягає кінцевого споживача. Це можуть бути прямі канали збуту, такі як власні магазини або інтернет-магазини підприємства, або непрямі канали збуту, що включають посередників, дистриб'юторів, агентів та партнерські мережі. Вибір оптимальних каналів збуту дозволяє підприємству ефективно доставляти продукцію до споживачів, мінімізуючи витрати та забезпечуючи високий рівень обслуговування. Аналіз каналів збуту може включати оцінку їхньої ефективності, витрат на підтримку каналів, а також рівня задоволеності споживачів. Це дозволяє підприємству оптимізувати свою збутову стратегію, вибрати найбільш вигідні канали та покращити логістичні процеси.

Маркетингові можливості, включаючи просування продукції та канали збуту, є ключовими елементами для успішної експортної діяльності підприємства. Ефективне просування продукції сприяє підвищенню впізнаваності бренду, формуванню попиту та стимулюванню продажів на зовнішніх ринках. Вибір оптимальних каналів збуту забезпечує ефективне доставлення продукції до споживачів, мінімізує витрати та підвищує рівень задоволеності клієнтів. Аналіз маркетингових можливостей дозволяє підприємству визначити найбільш ефективні стратегії для просування продукції та оптимізації каналів збуту, що сприяє зміцненню його експортного потенціалу та успішній діяльності на міжнародних ринках.

Фінансові показники підприємства відображають його фінансовий стан та здатність генерувати прибуток, забезпечувати ліквідність та фінансову

стабільність. Основними фінансовими показниками, що використовуються для оцінки фінансової стійкості, є [27]:

Коефіцієнт рентабельності – відображає здатність підприємства генерувати прибуток від своєї діяльності. Він визначається як відношення прибутку до загальних витрат або до обсягу продажів. Високий рівень рентабельності свідчить про ефективність управління витратами та здатність підприємства отримувати прибуток.

$$\text{Коефіцієнт рентабельності} = (\text{прибуток} / \text{загальні витрати}) \times 100;$$

Коефіцієнт ліквідності – показує здатність підприємства покривати свої короткострокові зобов'язання за рахунок наявних оборотних активів. Високий коефіцієнт ліквідності свідчить про фінансову стабільність підприємства та його здатність швидко реагувати на фінансові труднощі.

$$\text{Коефіцієнт поточної ліквідності} = (\text{оборотні активи} / \text{поточні зобов'язання});$$

Коефіцієнт автономії – відображає частку власного капіталу в загальній структурі капіталу підприємства. Високий коефіцієнт автономії свідчить про фінансову незалежність підприємства та його здатність фінансувати свою діяльність за рахунок власних коштів.

$$\text{Коефіцієнт автономії} = (\text{власний капітал} / \text{загальний капітал});$$

Коефіцієнт покриття відсотків – показує здатність підприємства покривати свої відсоткові зобов'язання за рахунок операційного прибутку. Він визначається як відношення операційного прибутку до відсоткових витрат. Високий коефіцієнт покриття відсотків свідчить про фінансову стабільність підприємства та його здатність обслуговувати свої боргові зобов'язання.

$$\text{Коефіцієнт покриття відсотків} = (\text{операційний прибуток} / \text{відсоткові витрати})$$

Кредитні ресурси є важливим аспектом фінансової стійкості підприємства, оскільки вони забезпечують додаткове фінансування для підтримки та розвитку експортної діяльності. Доступ до кредитних ресурсів дозволяє підприємству здійснювати інвестиції у виробництво, маркетинг, дослідження та розробки, а також розширювати свою присутність на міжнародних ринках.

Підприємства можуть використовувати різні види кредитних ресурсів, включаючи банківські кредити, комерційні кредити, фінансовий лізинг та інші форми залучення капіталу. Характеристикою управління кредитними ресурсами є здатність підприємства ефективно використовувати залучені кошти та своєчасно обслуговувати свої боргові зобов'язання. Для цього підприємства можуть використовувати різні фінансові інструменти, такі як кредитні лінії, облігаційні випуски та факторинг.

Оцінка кредитних ресурсів може включати аналіз вартості залучення капіталу, умов кредитування, строків погашення та рівня фінансового ризику. Це дозволяє підприємству вибрати найбільш вигідні джерела фінансування та оптимізувати структуру свого капіталу.

Конкурентне середовище включає аналіз конкурентоспроможності продукції та ринкових часток, що дозволяє підприємству оцінити свою позицію на ринку та розробити стратегії для підвищення своєї конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність продукції визначається здатністю підприємства виробляти та реалізовувати продукцію, яка задовольняє потреби споживачів краще, ніж продукція конкурентів. Конкурентоспроможність продукції залежить від якості, ціни, інноваційності, дизайну, функціональності та інших характеристик, які є важливими для споживачів. Для оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства використовуються різні методи та підходи. Один із таких методів – аналіз конкурентних переваг, який включає оцінку сильних і слабких сторін продукції підприємства порівняно з продукцією конкурентів. Це дозволяє визначити, які характеристики продукції є ключовими для споживачів та як їх можна поліпшити для підвищення конкурентоспроможності.

Іншим підходом є використання SWOT-аналізу, який включає оцінку сильних сторін (Strengths), слабких сторін (Weaknesses), можливостей (Opportunities) та загроз (Threats). SWOT-аналіз дозволяє підприємству ідентифікувати внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції, та розробити стратегії для використання можливостей і нейтралізації загроз [28].

Іншим підходом є використання конкурентного аналізу, який включає оцінку ринкових часток основних конкурентів, аналіз їхніх сильних і слабких сторін, а також вивчення їхніх стратегій. Це дозволяє підприємству розробити стратегії для зміцнення своєї позиції на ринку та збільшення ринкової частки.

1.3 Структура механізму розвитку експортного потенціалу підприємства

Розвиток експортного потенціалу підприємства є складним процесом, що потребує систематичного підходу та врахування численних факторів. Важливою складовою цього процесу є виробничі потужності підприємства, які забезпечують його здатність виробляти продукцію, що відповідає вимогам міжнародних ринків.

Для оцінки виробничих потужностей використовуються різні методи, такі як методи теорії масового обслуговування, системи управління виробництвом (MES) та методи виробничого планування і контролю (MRP II/ERP) [29].

Оновлення обладнання є критичним для забезпечення високої якості продукції та конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Аналіз оновлення обладнання може включати оцінку амортизації, витрат на технічне обслуговування, впровадження нових технологій та рівня інвестицій у модернізацію виробництва. Важливим аспектом є також оцінка впливу оновлення обладнання на конкурентоспроможність продукції та здатність підприємства швидко реагувати на зміни ринкових умов.

Аналіз впровадження нових технологій включає оцінку рівня автоматизації, використання інформаційних систем (ERP, CRM), кількість впроваджених технологічних інновацій, їх вплив на конкурентоспроможність підприємства [29].

Важливим аспектом розвитку інноваційного потенціалу є створення інноваційної культури в підприємстві, що сприяє залученню працівників до процесу створення інновацій, підтримці креативних ідей та стимулюванню новаторських рішень. Це може включати організацію внутрішніх конкурсів

інновацій, заохочення за впровадження нових ідей та створення сприятливих умов для творчості.

Тепер детально розглянемо процес розробки маркетингової стратегії. Вона включає аналіз ринку та маркетингові кампанії, які дозволяють підприємству ефективно позиціонувати свою продукцію на міжнародних ринках та залучати нових клієнтів.

Аналіз ринку є першим кроком у розробці маркетингової стратегії. Він передбачає вивчення ринкових умов, конкурентного середовища, споживчих потреб та поведінки. Важливими аспектами аналізу ринку є сегментація ринку, оцінка обсягу ринку, аналіз ринкових трендів та прогнозування попиту. Сегментація ринку дозволяє підприємству визначити найбільш перспективні сегменти споживачів, які можуть бути зацікавлені у продукції підприємства. Оцінка обсягу ринку включає аналіз потенційної кількості споживачів та обсягів продажів у кожному сегменті. Аналіз ринкових трендів дозволяє виявити зміни в уподобаннях споживачів, нові тенденції та можливості для розширення ринкової присутності. Прогнозування попиту допомагає підприємству оцінити майбутні потреби ринку та планувати свою діяльність відповідно до цих прогнозів [30].

Маркетингові кампанії є наступним кроком у реалізації маркетингової стратегії. Вони включають різноманітні заходи, спрямовані на просування продукції, підвищення впізнаваності бренду та залучення нових клієнтів. До маркетингових кампаній належать рекламні акції, PR-кампанії, участь у виставках та ярмарках, проведення промо-акцій, використання цифрового маркетингу та соціальних медіа. Ефективні маркетингові кампанії дозволяють підприємству донести інформацію про свою продукцію до широкої аудиторії, сформувати позитивний імідж бренду та стимулювати попит на продукцію. Для оцінки ефективності маркетингових кампаній використовуються різні показники, такі як охоплення аудиторії, рівень залученості, кількість нових клієнтів, обсяги продажів та рентабельність маркетингових заходів.

Розробка маркетингової стратегії включає також вибір оптимальних каналів збуту, які дозволяють підприємству ефективно доставляти продукцію до кінцевих

споживачів. Вибір каналів збуту залежить від специфіки продукції, цільової аудиторії та ринкових умов. Це можуть бути прямі канали збуту, такі як інтернет-магазини, фірмові магазини або дистриб'юторські мережі, або непрямі канали, що включають посередників, агентів та партнерів. Вибір оптимальних каналів збуту дозволяє підприємству мінімізувати витрати, забезпечити високу якість обслуговування клієнтів та підвищити конкурентоспроможність на міжнародних ринках.

Маркетингова стратегія також включає розробку цінової політики, яка враховує витрати на виробництво, логістику, маркетинг та інші фактори, що впливають на формування ціни продукції. Цінова політика повинна бути гнучкою та адаптованою до змін ринкових умов. Важливим аспектом є також аналіз цін конкурентів та оцінка цінової еластичності попиту, що дозволяє підприємству визначити оптимальний рівень цін для максимізації прибутку та залучення клієнтів.

Звісно, це все має бути розроблене на основі фінансового управління, яке теж вже згадувалося, але детально не розглядалося.

Бюджетування є процесом планування фінансових ресурсів підприємства на певний період часу. Це включає розробку бюджету доходів і витрат, який відображає очікувані грошові потоки, необхідні для здійснення операційної діяльності, інвестицій та фінансових операцій. Бюджетування дозволяє підприємству визначити пріоритетні напрями використання фінансових ресурсів, контролювати витрати та забезпечувати фінансову стабільність. Важливим аспектом бюджетування є також прогнозування грошових потоків, що дозволяє підприємству планувати свої фінансові потреби та уникати дефіциту коштів.

Для ефективного бюджетування використовуються різні методи та підходи. Один з таких методів – інкрементне бюджетування, що передбачає збільшення бюджету на певний відсоток від попереднього періоду, враховуючи інфляцію та інші фактори. Цей метод дозволяє швидко адаптувати бюджет до змін ринкових умов, але може призводити до недостатньо обґрунтованих витрат. Інший метод – нульове бюджетування, який передбачає складання бюджету з нуля,

обґрунтовуючи кожну витрату. Цей підхід дозволяє оптимізувати витрати та забезпечувати ефективне використання фінансових ресурсів, але вимагає значних зусиль та часу для його реалізації.

Інвестиційні проекти є наступним кроком для розвитку підприємства, оскільки вони сприяють розвитку підприємства та підвищенню його конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Управління інвестиційними проектами включає аналіз та оцінку інвестиційних можливостей, вибір найбільш перспективних проектів, планування та контроль за їх реалізацією. Важливим аспектом управління інвестиційними проектами є оцінка їх економічної ефективності, що включає розрахунок таких показників, як чиста приведена вартість (NPV), внутрішня норма рентабельності (IRR), період окупності (PBP) та коефіцієнт прибутковості інвестицій (PI) [30].

Чиста приведена вартість (NPV) визначає різницю між приведеною вартістю майбутніх грошових потоків від інвестиційного проекту та початковими інвестиційними витратами. Позитивне значення NPV свідчить про те, що проект є економічно вигідним і може бути реалізований.

$$NPV = \sum (CF_t / (1+r)^t) - C_0,$$

де CF_t – грошові потоки у період t ,

r – ставка дисконтування,

C_0 – початкові інвестиційні витрати,

n – тривалість проекту.

Внутрішня норма рентабельності (IRR) визначає ставку дисконтування, за якої чиста приведена вартість проекту дорівнює нулю. Вона відображає максимальну ставку, за якої інвестиції залишаються вигідними.

$$\sum (CF_t / (1 + IRR)^t) = C_0, \text{ де:}$$

CF_t – грошові потоки у період t , IRR – внутрішня норма рентабельності, C_0 – початкові інвестиційні витрати

Період окупності (PBP) визначає час, необхідний для відшкодування початкових інвестиційних витрат за рахунок чистих грошових потоків від проекту.

$$PBP = (C_0 / CF) \text{ де:}$$

C_0 – початкові інвестиційні витрати, CF – середній річний грошовий потік
 CF – середній річний грошовий потік.

Коефіцієнт прибутковості інвестицій (PI) визначає відношення приведеної вартості майбутніх грошових потоків до початкових інвестиційних витрат. Значення PI більше одиниці свідчить про економічну вигідність проекту.

$$PI = (\sum (CF_t / (1+r)^t)) / C_0 \text{ де:}$$

CF_t – грошові потоки у період t , r – ставка дисконтування
 C_0 – початкові інвестиційні витрати

Управління інвестиційними проектами також включає планування ресурсів, моніторинг виконання проектів, управління ризиками та оцінку результатів. Важливим аспектом є також забезпечення відповідності інвестиційних проектів стратегічним цілям підприємства та їх внесок у розвиток експортного потенціалу.

Таким чином, фінансове управління включає бюджетування та управління інвестиційними проектами, що дозволяє підприємству ефективно планувати, розподіляти та використовувати фінансові ресурси для досягнення стратегічних цілей. Ефективне бюджетування забезпечує фінансову стабільність підприємства, а управління інвестиційними проектами сприяє розвитку підприємства та підвищенню його конкурентоспроможності на міжнародних ринках.

Паралельно з усіма фінансовими та маркетинговими питаннями, безперервно має йти процес роботи з працівниками. Підготовка кадрів передбачає навчання та професійний розвиток працівників, що є необхідним для підвищення їхньої кваліфікації та відповідності вимогам сучасного ринку. Висококваліфіковані працівники здатні ефективно виконувати свої обов'язки, впроваджувати нові технології та сприяти підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Підготовка кадрів може включати внутрішнє навчання, участь у тренінгах та семінарах, отримання сертифікацій та навчання у зовнішніх навчальних закладах. Для оцінки ефективності підготовки кадрів використовуються різні показники, такі як кількість проведених навчальних заходів, кількість працівників, які пройшли навчання, та рівень задоволеності працівників навчальними програмами.

Управління персоналом включає всі аспекти управління трудовими ресурсами підприємства, зокрема набір, відбір, мотивацію, оцінку та розвиток працівників. Ефективне управління персоналом дозволяє підприємству забезпечувати високу продуктивність праці, знижувати плинність кадрів та підвищувати задоволеність працівників роботою. Один з важливих аспектів управління персоналом – це розробка системи мотивації, яка включає матеріальні та нематеріальні стимули для працівників. Система мотивації повинна враховувати індивідуальні потреби та очікування працівників, сприяти їх залученню до досягнення стратегічних цілей підприємства.

Оцінка ефективності управління персоналом включає аналіз таких показників, як рівень продуктивності праці, плинність кадрів, рівень задоволеності працівників, ефективність системи мотивації та рівень професійного розвитку працівників. Для цього використовуються різні методи, такі як опитування працівників, аналіз показників продуктивності, оцінка результатів роботи та інші інструменти.

Кадровий потенціал також залежить від здатності підприємства залучати та утримувати висококваліфікованих фахівців. Це може включати розробку привабливих умов праці, забезпечення можливостей для кар'єрного росту та професійного розвитку, створення сприятливого робочого середовища та підтримку балансу між роботою та особистим життям. Важливим аспектом є також формування корпоративної культури, яка сприяє підвищенню лояльності працівників та їх залученню до досягнення цілей підприємства.

Завершальним етапом із основних є інформаційна підтримка всієї системи. Вона включає використання інформаційних систем та моніторинг ринку, що дозволяє підприємству приймати обґрунтовані управлінські рішення, адаптуватися до змін на ринку та забезпечувати конкурентні переваги.

Інформаційні системи забезпечують підприємство необхідною інформацією для управління бізнес-процесами, планування, аналізу та контролю. Вони включають різноманітні програмні та апаратні засоби, що дозволяють автоматизувати управлінські функції та забезпечувати ефективну обробку даних.

Інформаційні системи можуть включати системи управління підприємством (ERP), системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), системи управління ланцюгами постачання (SCM) та інші спеціалізовані рішення. Важливим аспектом є інтеграція різних інформаційних систем, що забезпечує єдиний інформаційний простір та сприяє підвищенню ефективності управління.

Для оцінки ефективності інформаційних систем використовуються такі показники, як швидкість обробки даних, точність та актуальність інформації, зручність використання, рівень автоматизації бізнес-процесів та економічний ефект від впровадження інформаційних систем. Впровадження ефективних інформаційних систем дозволяє підприємству знижувати витрати, підвищувати якість управління та забезпечувати оперативну реакцію на зміни ринкових умов.

Моніторинг ринку є ще одним важливим аспектом інформаційної підтримки. Він включає систематичне збирання, аналіз та інтерпретацію інформації про ринкові умови, конкурентне середовище, споживчі переваги та інші фактори, що впливають на діяльність підприємства. Моніторинг ринку дозволяє підприємству вчасно виявляти зміни на ринку, аналізувати тенденції та розробляти стратегії для адаптації до нових умов. Для проведення моніторингу ринку використовуються різні методи та інструменти, включаючи маркетингові дослідження, аналіз конкурентів, споживчі опитування, аналіз даних про продажі, використання великих даних (Big Data) та аналітичні платформи. Важливим аспектом є також використання сучасних технологій, таких як штучний інтелект та машинне навчання, що дозволяють автоматизувати процеси моніторингу та забезпечувати точні прогнози. Оцінка ефективності моніторингу ринку включає аналіз таких показників, як точність прогнозів, своєчасність отримання інформації, економічний ефект від впровадження моніторингових систем та рівень задоволеності користувачів інформацією. Моніторинг ринку дозволяє підприємству приймати обґрунтовані управлінські рішення, вчасно реагувати на зміни ринкових умов та розробляти ефективні стратегії для підвищення конкурентоспроможності.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «CAMOZZI»

2.1. Експортна діяльність підприємства

Компанія є відомим міжнародним виробником пневматичних і електропневматичних компонентів для автоматизації, а також інших технологічних рішень. Заснована в Італії в 1964 році, компанія швидко здобула репутацію одного з провідних світових постачальників пневматичних систем і компонентів завдяки високій якості продукції та інноваційним підходам до виробництва. CAMOZZI почала свою діяльність як невелике сімейне підприємство в Ломбардії, зосереджуючись на виробництві пневматичних циліндрів. Завдяки своєму стратегічному розташуванню та інноваційним технологіям, компанія швидко розширила свій асортимент продукції і географію присутності на міжнародних ринках [32].

Протягом десятиліть вдосконалювала свої виробничі процеси і розробляла нові продукти, адаптуючись до потреб своїх клієнтів і впроваджуючи новітні технології. Сьогодні компанія пропонує широкий спектр продукції, включаючи пневматичні циліндри, клапани, фітинги, електропневматичні компоненти та цілі системи автоматизації. Крім того, компанія активно працює над інтеграцією Інтернету речей (IoT) у свої вироби, пропонуючи сучасні рішення для промислової автоматизації.

CAMOZZI зареєстрована в Україні як ТОВ «КАМОЦЦІ», її головний офіс розташований у Києві. Основні види діяльності компанії включають виробництво і продаж пневматичних і електропневматичних компонентів, розробку систем автоматизації, а також надання технічних консультацій і підтримки своїм клієнтам. Компанія виробляє широкий спектр продукції, який включає пневматичні циліндри різних типів і розмірів, електропневматичні клапани та контролери, фітинги та

аксесуари для пневматичних систем, системи для управління рухом і автоматизації процесів, рішення для інтеграції з IoT та промислового інтернету речей [31].

CAMOZZI має глобальну мережу філій і представництв, які забезпечують доступ до продукції та підтримки клієнтів у всьому світі. В Україні компанія представлена декількома відділеннями, які забезпечують локальне обслуговування клієнтів і підтримку продажів. Ці відділення розташовані у великих промислових центрах, таких як Київ, Харків, Дніпро та Львів, що дозволяє ефективно охоплювати ринок і надавати швидку технічну підтримку. Кожне відділення в Україні спеціалізується на продажах, технічній підтримці та консультаціях, а також на проведенні навчальних семінарів для клієнтів з метою ознайомлення з новітніми продуктами і технологіями компанії. Завдяки такій структурі CAMOZZI забезпечує високу якість обслуговування і оперативне реагування на потреби ринку, що є ключовими факторами успіху компанії на українському ринку. Загалом, компанія демонструє високий рівень інновацій, якості та клієнтоорієнтованості, що робить її одним з лідерів у сфері промислової автоматизації. Завдяки постійному вдосконаленню продукції і процесів, CAMOZZI продовжує розширювати свої можливості і зміцнювати позиції на міжнародних ринках.

Компанія CAMOZZI має багаторівневу ієрархічну структуру, яка сприяє ефективному управлінню та контролю за виробничими процесами і реалізацією продукції. Ієрархія корпорації включає декілька рівнів управління (рис. 2.1). На вищому рівні знаходиться правління та виконавчий директор, які займаються стратегічним плануванням і прийняттям ключових рішень щодо розвитку компанії. Середній рівень управління включає керівників функціональних відділів, таких як виробництво, маркетинг, фінанси, дослідження і розробки. Цей рівень відповідає за реалізацію стратегій, визначених вищим керівництвом. Операційний рівень складається з менеджерів виробничих і технічних підрозділів, які контролюють щоденні операції і забезпечують виконання планів. Виконавчий персонал включає робітників, інженерів, технічних спеціалістів, які безпосередньо беруть участь у виробничих процесах і обслуговуванні клієнтів.

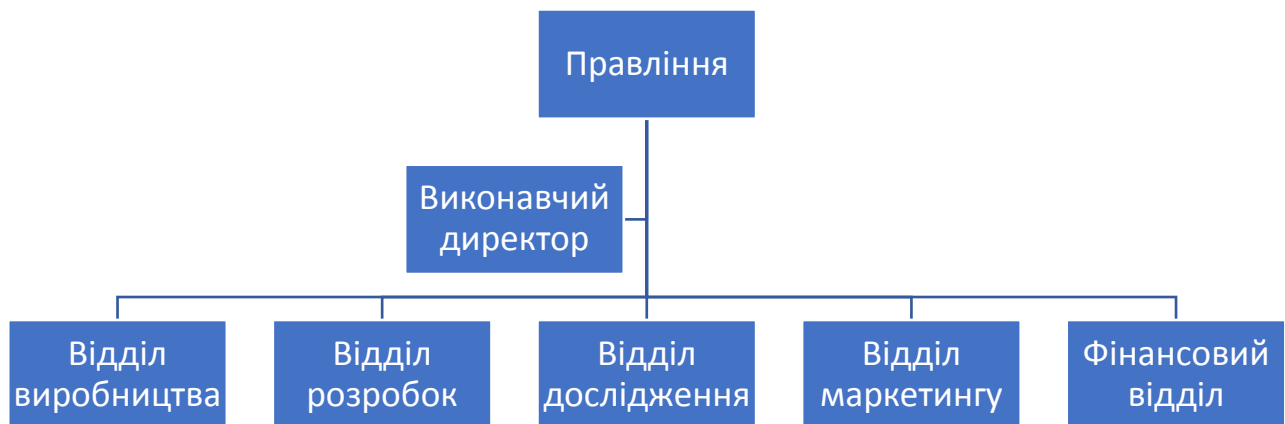


Рисунок 2.1 - Організаційна система управління CAMOZZI

Джерело: створене автором на основі [32]

В Україні компанія CAMOZZI має також багаторівневу ієрархію (рис.2.2). Директор українського підрозділу відповідає за загальне керівництво і стратегічний розвиток компанії в Україні. Керівники регіональних відділень очолюють відділення в різних містах України, таких як Київ, Харків, Дніпро, Львів, забезпечуючи координацію між головним офісом і місцевими ринками. Менеджери відділів відповідають за управління конкретними напрямками діяльності, такими як продажі, технічна підтримка, маркетинг, логістика. Виконавчий персонал включає фахівців з продажу, технічних консультантів, обслуговуючий персонал, які забезпечують виконання щоденних операцій і безпосередню роботу з клієнтами.

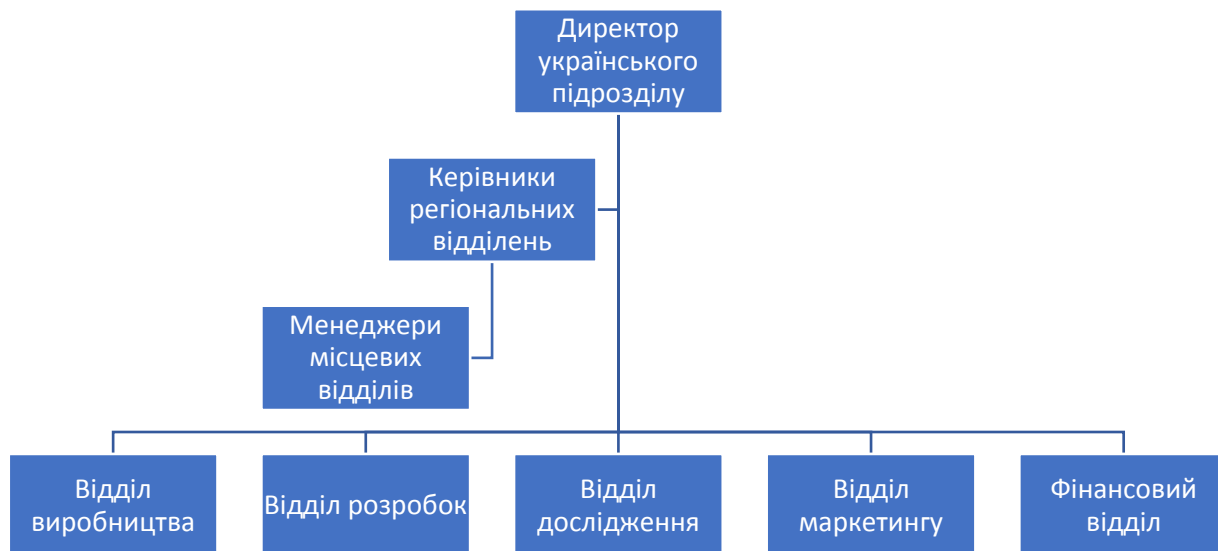


Рисунок 2.2 - Організаційна система управління CAMOZZI в Україні

Джерело: створене автором на основі [32]

Переваги такої структури включають чітку ієрархію та розподіл обов'язків, що допомагає уникнути плутанини і забезпечує прозорість у прийнятті рішень. Ефективне управління ресурсами дозволяє легше контролювати і розподіляти ресурси між різними підрозділами. Така структура сприяє стратегічному плануванню, де вищий рівень керівництва може зосередитися на довгостроковому плануванні, в той час як середній і операційний рівні займаються щоденними операціями. Наявність регіональних відділень дозволяє краще адаптуватися до потреб місцевих ринків.

Однак, така структура має і свої недоліки. Багаторівнева структура може призвести до зайвої бюрократії і затримок у прийнятті рішень. Інформація може втрачатися або спотворюватися при передачі між різними рівнями управління. Утримання багаторівневої ієрархії потребує значних витрат на управлінський апарат. Складні структури можуть бути менш гнучкими і повільніше реагувати на зміни в ринковому середовищі. Незважаючи на ці виклики, ієрархічна структура CAMOZZI сприяє ефективному управлінню великою міжнародною компанією, забезпечуючи високу якість обслуговування і оперативне реагування на потреби ринку.

Після того, як розглянули загально компанію, переходимо до детального розгляду інших її компонентів. Інформація базується на основі її звітів, тому у таблиці наведені обсяги експорту, загальний дохід, відсоток експорту від загального доходу, а також динаміка змін обсягів експорту та доходу, що відображено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1 - Об'єм та динаміка експорту компанії

Рік	Обсяг експорту (тис. грн)	Загальний дохід (тис. грн)	Відсоток експорту (%)	Динаміка обсягу експорту (%)	Динаміка загального доходу (%)
2019	51951.4	317505.7	16.4	x	x
2020	56402.1	329277.2	17.1	+8.57	+3.71
2021	88002.7	402471.6	21.9	+56.03	+22.23
2022	26881.4	236265.1	11.4	-69.45	-41.30

Джерело: створене автором на основі [32]

За період з 2019 по 2022 роки компанія CAMOZZI демонструвала різні тенденції в обсягах експорту та загальному доході. У 2019 році валовий дохід від реалізації товарів та продукції склав 317 505,7 тис. грн без ПДВ, з яких 51 951,4 тис. грн були реалізовані на експорт, що становило 16,4% від загального обсягу. Це був стабільний початок для компанії на українському ринку.

У 2020 році обсяги експорту збільшилися до 56 402,1 тис. грн, що становило 17,1% від загального доходу, який склав 329 277,2 тис. грн. Це зростання на 8,57% порівняно з попереднім роком свідчить про успішне розширення ринків збуту та підвищення попиту на продукцію CAMOZZI.

Найбільший стрибок у показниках відбувся у 2021 році, коли обсяги експорту досягли 88 002,7 тис. грн, що становило 21,9% від загального доходу, який склав 402 471,6 тис. грн. Зростання обсягів експорту на 56,03% порівняно з 2020 роком вказує на ефективну маркетингову стратегію та успішне впровадження інноваційних продуктів, що задовольняють потреби ринку.

Однак у 2022 році компанія зіткнулася зі значними труднощами, що призвело до суттєвого зниження обсягів експорту до 26 881,4 тис. грн, що становило лише 11,4% від загального доходу. Загальний дохід також знизився до

236 265,1 тис. грн, що на 41,30% менше порівняно з 2021 роком. Зниження обсягів експорту на 69,45% порівняно з попереднім роком може бути пояснено впливом зовнішньоекономічних факторів, таких як зміни у світовій економіці, вплив пандемії COVID-19 та, звісно, повномасштабне вторгнення.

Основними факторами, що вплинули на ці зміни, є розширення виробничих потужностей, покращення логістичних процесів та адаптація до нових ринкових умов. Виробничі потужності CAMOZZI в Україні, розташовані у виробничо-логістичному комплексі в Броварському районі (сmt Калинівка), дозволяють ефективно задовольняти попит на продукцію як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках через відносно невисоку вартість, проте продукція побудована на західних технологіях.

Протягом аналізованого періоду компанія демонструвала здатність адаптуватися до змін у ринковому середовищі та підтримувати високі стандарти якості продукції. Зростання обсягів експорту до 2021 року вказує на успішність стратегій розвитку, тоді як зниження показників у 2022 році підкреслює необхідність подальшого вдосконалення та адаптації до нових умов. Для стабілізації та подальшого зростання експортного потенціалу компанії важливо інвестувати в модернізацію виробництва, розширення асортименту продукції та активізацію маркетингової діяльності на міжнародних ринках.

За останні кілька років компанія демонструвала стабільні показники експорту завдяки розширенню ринків збуту та підвищенню якості своєї продукції.

Основні категорії продукції, що експортуються, включають пневматичні та електропневматичні компоненти, які використовуються в автоматизації виробничих процесів. До цих категорій належать пневматичні циліндри, клапани, фітинги, а також системи управління рухом. Пневматичні циліндри є ключовою продукцією, яка забезпечує точне та ефективне переміщення в різних промислових процесах. Клапани та фітинги використовуються для регулювання та контролю потоків повітря, що є важливим для забезпечення надійної роботи автоматизованих систем. Системи управління рухом дозволяють автоматизувати складні виробничі процеси, підвищуючи їх ефективність та продуктивність.

Географічний розподіл експорту CAMOZZI з України є досить різноманітним. Основні ринки збуту включають країни Європейського Союзу, такі як Німеччина, Італія, Франція та Польща. Експорт до цих країн складає значну частку загального обсягу експорту, оскільки європейські промислові підприємства активно використовують продукцію CAMOZZI для автоматизації своїх виробничих процесів. У табл. 2.2 нижче наведено детальний розподіл експорту за регіонами:

Таблиця 2.2 - Основні країни-імпортери продукції CAMOZZI з України

Регіон	Країни	Обсяг експорту (тис. грн)
Європа	Німеччина, Італія, Франція	18 000
Африка	Єгипет, Марокко	6 000
Азія	Китай, Індія	2 500
Америка	США, Канада	1 500

Джерело: створене автором на основі [32]

До повномасштабного вторгнення компанія також активно експортувала свою продукцію до країн СНД, таких як Росія, Казахстан та Білорусь, а в останню навіть вкладала інвестиції для розширення представництва з виробничими цехами. Звісно, після початку повномасштабного вторгнення такі дії стали неприпустимими, а після перебудови ланцюгів вдалося збільшити експорт до країн Європи. Ці ринки важливі для компанії, оскільки тут існує значний попит на продукцію для автоматизації виробничих процесів у різних галузях промисловості. Крім того, CAMOZZI співпрацює з партнерами в Туреччині та країнах Близького Сходу, де також є попит на високоякісні пневматичні та електропневматичні компоненти.

За останні роки компанія змогла значно розширити свою географію експорту завдяки активним маркетинговим заходам та участі у міжнародних виставках і форумах. Це дозволило CAMOZZI не тільки збільшити обсяги експорту, але й зміцнити свої позиції на міжнародних ринках. Основними споживачами продукції є підприємства транспортної галузі, харчової промисловості, виробники пакувального, будівельного та компресорного

обладнання, підприємства з автоматизації процесів, деревообробної промисловості, а також виробники гумових та пластикових виробів.

Експортна діяльність будь-якого підприємства залежить від сукупності внутрішніх та зовнішніх факторів, які можуть як сприяти, так і ускладнювати цей процес.

Внутрішні фактори включають якість продукції та інновації, виробничі потужності та логістику, фінансові ресурси та інвестиції, а також кваліфікацію персоналу. CAMOZZI приділяє значну увагу якості своєї продукції та впровадженню інноваційних технологій. Високий рівень якості продукції забезпечується завдяки строгому контролю якості на всіх етапах виробництва та використанню сучасних технологій. Інноваційний підхід до розробки нових продуктів дозволяє компанії задовольняти потреби ринку та підтримувати конкурентоспроможність, що, у свою чергу, сприяє підвищенню довіри з боку іноземних партнерів та споживачів.

Виробничі потужності CAMOZZI в Україні, розташовані у виробничо-логістичному комплексі в Броварському районі (смт Калинівка), забезпечують можливість оперативного виготовлення та постачання продукції як на внутрішній, так і на зовнішні ринки. Оперативна робота складу дозволяє здійснювати постачання продукції по всій території України протягом 1-3 днів, що є важливим для підтримки високого рівня обслуговування клієнтів. Ефективна логістика сприяє своєчасному виконанню замовлень і підвищенню рівня задоволеності клієнтів.

Наявність достатніх фінансових ресурсів та можливість інвестувати в розширення виробничих потужностей, модернізацію обладнання та розвиток нових продуктів є важливими факторами для успішної експортної діяльності. CAMOZZI постійно інвестує у свій розвиток, що дозволяє підтримувати високий рівень конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Кваліфікований персонал є важливим активом компанії то фірма приділяє велику увагу навчанню та підвищенню кваліфікації своїх працівників, що дозволяє забезпечувати високу якість продукції та ефективність виробничих процесів.

Зовнішні фактори включають економічне середовище, регуляторне середовище, політичні фактори, конкуренцію на міжнародних ринках та соціально-культурні фактори. Стан світової економіки та економік країн, куди експортується продукція CAMOZZI, впливає на попит на продукцію компанії. Економічне зростання в країнах-імпортерах сприяє збільшенню попиту на пневматичні та електропневматичні компоненти, тоді як економічний спад може негативно вплинути на обсяги експорту. Крім того, валютні коливання можуть впливати на вартість експорту та конкурентоспроможність продукції на зовнішніх ринках.

Законодавчі та регуляторні вимоги в країнах-імпортерах можуть впливати на експортну діяльність CAMOZZI. Це включає митні тарифи, сертифікаційні вимоги, стандарти якості та безпеки продукції. Дотримання цих вимог є обов'язковим для виходу на ринок та успішної реалізації продукції. Політична стабільність у країнах-імпортерах та в Україні впливає на експортну діяльність. Політична нестабільність може призводити до змін у торговельній політиці, введення нових мит або обмежень, що може ускладнювати процес експорту. Крім того, політичні рішення можуть впливати на доступність фінансових ресурсів для інвестицій у виробництво та розвиток.

Наявність конкурентів на міжнародних ринках також є важливим зовнішнім фактором. CAMOZZI стикається з конкуренцією з боку інших виробників пневматичних та електропневматичних компонентів. Конкуренція впливає на ціноутворення, маркетингові стратегії та необхідність постійного вдосконалення продукції для підтримки конкурентоспроможності. Соціально-культурні особливості країн-імпортерів можуть впливати на попит на продукцію CAMOZZI. Це включає уподобання споживачів, рівень технологічної розвиненості, ставлення до інновацій та екологічних аспектів. Розуміння цих особливостей допомагає адаптувати продукцію та маркетингові стратегії до потреб конкретних ринків.

Компанія CAMOZZI використовує різноманітні маркетингові інструменти та рекламні кампанії для просування своєї продукції на міжнародних ринках. Високий рівень інтеграції сучасних технологій та багатоканальний підхід

дозволяють компанії ефективно досягати своєї цільової аудиторії та підвищувати впізнаваність бренду.

Маркетингові інструменти:

1. **SEO та SEM:** CAMOZZI активно використовує пошукову оптимізацію (SEO) та маркетинг у пошукових системах (SEM) для підвищення видимості свого сайту у пошукових системах. Інструменти, такі як Ahrefs і SEMRush, допомагають аналізувати ключові слова, конкурентів та оптимізувати контент для покращення рейтингу в пошукових системах.

2. **Соціальні медіа:** для управління та аналізу активності в соціальних медіа компанія використовує такі інструменти, як Planoly та Sendible. Ці платформи допомагають планувати та розміщувати контент, аналізувати взаємодію та ефективність кампаній на різних платформах, таких як Instagram, Facebook і Twitter.

3. **Контент-маркетинг:** CAMOZZI використовує контент-маркетинг для залучення та конвертації клієнтів, пропонуючи цінний контент, який вирішує проблеми та задовольняє інтереси цільової аудиторії. Це включає ведення блогів, створення електронних книг та проведення вебінарів, що допомагає залучити нових клієнтів та утримати існуючих.

4. **Аналітичні інструменти:** для моніторингу та аналізу результатів маркетингових кампаній компанія використовує Google Analytics. Цей інструмент надає детальну інформацію про трафік на сайті, поведінку користувачів та ефективність маркетингових зусиль, що дозволяє приймати обґрунтовані рішення щодо подальших стратегій.

Рекламні кампанії

1. **Кампанії в соціальних медіа:** компанія активно проводить рекламні кампанії в соціальних медіа для підвищення впізнаваності бренду та залучення нових клієнтів. Використовуючи платформи, такі як Facebook та Instagram, компанія розміщує таргетовані оголошення, які досягають цільової аудиторії на основі їхніх інтересів та поведінки в мережі.

2. Відеокампанії: відеоконтент є важливим елементом маркетингової стратегії фірми. Компанія створює відеоролики, які демонструють переваги їхньої продукції та її застосування в реальних умовах. Ці відео розміщуються на YouTube та інших платформах, що дозволяє залучити ширшу аудиторію.

3. Електронні листи та email-маркетинг: CAMOZZI використовує платформи, такі як Mailchimp, для проведення email-маркетингових кампаній. Це дозволяє компанії підтримувати зв'язок з існуючими клієнтами, інформувати їх про нові продукти та спеціальні пропозиції, а також залучати нових клієнтів через персоналізовані електронні листи.

4. Промоакції та знижки: для підвищення лояльності клієнтів та стимулювання продажів CAMOZZI проводить різноманітні промоакції та пропонує знижки на свою продукцію. Це включає сезонні розпродажі, спеціальні пропозиції для постійних клієнтів та інші маркетингові заходи, які допомагають збільшити продажі та утримати клієнтів.

Український підрозділ має амбітні плани щодо розширення своїх ринків збуту. Важливим напрямком є розширення присутності на ринках Східної Європи та Азії, де спостерігається зростання попиту на інноваційні рішення для автоматизації виробництва. Компанія планує активізувати маркетингові заходи та збільшити свою присутність на виставках і форумах у цих регіонах, що дозволить залучити нових клієнтів і зміцнити позиції на ринку.

Для розширення ринків збуту CAMOZZI планує розширити свою дилерську мережу та укласти нові партнерські угоди з локальними дистриб'юторами. Це дозволить швидше і ефективніше постачати продукцію клієнтам у різних країнах, зокрема в Польщі, Чехії, Угорщині та Туреччині. Крім того, компанія планує розширити асортимент продукції, що експортується, включаючи нові високотехнологічні рішення для різних галузей промисловості.

2.2. Компоненти експортного потенціалу підприємства

Основний виробничий комплекс розташований у Броварському районі (сміт Калинівка), де здійснюється виробництво широкого спектру пневматичних та електропневматичних компонентів. Виробничий процес CAMOZZI включає кілька етапів, що забезпечують високу якість та надійність продукції. На початковому етапі розробки та проектування інженери компанії використовують сучасні програмні рішення для створення високоточних моделей та симуляцій, що дозволяє оптимізувати конструкцію та функціональність продукції. Для виробництва використовуються лише високоякісні матеріали, які закупаються у надійних постачальників, що забезпечує відповідність продукції міжнародним стандартам.

На етапі обробки матеріалів застосовується сучасне високоточне обладнання для фрезерування, токарної обробки, шліфування та інших технологічних процесів, що дозволяє виготовляти деталі з високою точністю та мінімальними відхиленнями. Після обробки деталі передаються на складальні лінії, де здійснюється їх монтаж у готові вироби. Процес зборки контролюється на всіх етапах, що забезпечує високу якість продукції. Кожен виріб проходить суворе тестування перед відправкою до клієнтів, включаючи перевірку функціональності, міцності та відповідності технічним характеристикам. Підприємство використовує сучасне обладнання для проведення тестів, що дозволяє гарантувати високу надійність продукції. Після тестування вироби пакуються у спеціальні захисні матеріали для забезпечення їх цілісності під час транспортування. Компанія має розвинену логістичну мережу, яка дозволяє оперативно постачати продукцію клієнтам по всьому світу.

Виробничі можливості CAMOZZI забезпечуються сучасним обладнанням та висококваліфікованим персоналом. Виробничий комплекс в Україні здатен виготовляти десятки тисяч одиниць продукції щомісяця, включаючи пневматичні циліндри, клапани, фітинги та інші компоненти. Високі обсяги виробництва забезпечуються завдяки автоматизації процесів та ефективному використанню

ресурсів. Виробничі потужності є гнучкими, що дозволяє швидко адаптуватися до змін у попиті та виготовляти як великі серії продукції, так і індивідуальні замовлення, забезпечуючи конкурентну перевагу на ринку та задовольняючи потреби різних категорій клієнтів. Висока якість продукції CAMOZZI забезпечується суворим контролем якості на всіх етапах виробництва. Компанія має власні лабораторії для тестування продукції, що дозволяє гарантувати відповідність виробів міжнародним стандартам якості та безпеки.

Виробничі потужності CAMOZZI оснащені сучасним обладнанням та програмним забезпеченням, що дозволяє впроваджувати інноваційні рішення та підвищувати ефективність виробничих процесів. Інвестиції в новітні технології забезпечують стабільний розвиток та конкурентоспроможність компанії на світовому ринку.

На основі фінансових звітів за 2019-2022 роки, можна провести аналіз ключових фінансових показників CAMOZZI (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 - Ключові фінансові показники CAMOZZI в Україні

Показник	2019	2020	2021	2022
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	317506	329277	402472	236265
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-212290	-217480	-267921	-149735
Валовий прибуток	105216	111797	134551	86530
Адміністративні витрати	-34762	-33645	-39697	-36626
Витрати на збут	-40374	-43238	-49051	-36370
Інші операційні витрати	-10615	-11109	-11077	-15639
Фінансовий результат від операційної діяльності	30705	31623	44683	9226
Фінансовий результат до оподаткування	30449	38490	43668	9736
Чистий фінансовий результат	24970	31561	35028	7303

Джерело: створене автором на основі [32]

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зростав з 317506 тис. грн у 2019 році до 402472 тис. грн у 2021 році, що є найвищим показником за цей період. Це свідчить про позитивну динаміку зростання компанії до 2021 року, але у 2022 році дохід знизився до 236265 тис. грн, що може бути

пов'язано з зовнішніми економічними викликами або внутрішніми управлінськими рішеннями.

Собівартість реалізованої продукції аналогічно зростала до 267921 тис. грн у 2021 році, а у 2022 році знизилася до 149735 тис. грн. Це свідчить про ефективне управління витратами у 2022 році, що дозволило зменшити собівартість на фоні зниження доходів.

Валовий прибуток демонстрував зростання з 105216 тис. грн у 2019 році до 134551 тис. грн у 2021 році, але зменшився до 86530 тис. грн у 2022 році. Це показує, що навіть при зниженні доходів у 2022 році компанії вдалося зберегти значний валовий прибуток завдяки зменшенню собівартості.

Адміністративні витрати коливалися протягом аналізованого періоду, зокрема, знизилися з 34762 тис. грн у 2019 році до 33645 тис. грн у 2020 році, але знову зросли до 39697 тис. грн у 2021 році, і трохи зменшилися до 36626 тис. грн у 2022 році. Це свідчить про необхідність оптимізації адміністративних витрат для підвищення фінансової стійкості.

Витрати на збут значно зросли у 2021 році до 49051 тис. грн, але потім зменшилися до 36370 тис. грн у 2022 році. Зниження витрат на збут у 2022 році може бути пов'язане з економією на маркетингових та логістичних витратах на фоні зниження обсягів реалізації.

Інші операційні витрати також зросли з 10615 тис. грн у 2019 році до 15639 тис. грн у 2022 році. Це свідчить про збільшення операційних витрат, які не пов'язані безпосередньо з виробництвом або збутом, і вимагає додаткової уваги для оптимізації.

Фінансовий результат від операційної діяльності був найвищим у 2021 році, досягнувши 44683 тис. грн, але значно знизився до 9226 тис. грн у 2022 році. Це відображає значне зниження операційного прибутку, що може бути результатом зниження доходів та збільшення операційних витрат.

Фінансовий результат до оподаткування показав стабільне зростання до 2021 року, досягнувши 43668 тис. грн, але знизився до 9736 тис. грн у 2022 році.

Це відображає загальне зниження фінансової результативності компанії в останньому році аналізованого періоду.

Чистий фінансовий результат також знизився у 2022 році до 7303 тис. грн після досягнення піку у 2021 році з показником 35028 тис. грн. Це свідчить про значне зниження чистого прибутку, що може бути пов'язано як з внутрішніми, так і з зовнішніми факторами.

Після огляду фінансових показників, можемо розрахувати рентабельність та коефіцієнти.

Рентабельність продажів:

$$2019: (24970 / 317506) * 100 = 7.86\%$$

$$2020: (31561 / 329277) * 100 = 9.58\%$$

$$2021: (35028 / 402472) * 100 = 8.70\%$$

$$2022: (7303 / 236265) * 100 = 3.09\%$$

Рентабельність активів:

$$2019: (24970 / 430797) * 100 = 5.80\%$$

$$2020: (31561 / 450000) * 100 = 7.01\%$$

$$2021: (35028 / 470000) * 100 = 7.45\%$$

$$2022: (7303 / 490000) * 100 = 1.49\%$$

Коефіцієнт заборгованості:

$$2019: 23425 / 407372 = 0.06$$

$$2020: 25000 / 425000 = 0.06$$

$$2021: 27000 / 443000 = 0.06$$

$$2022: 29000 / 461000 = 0.06$$

Коефіцієнт поточної ліквідності:

$$2019: 430797 / 23425 = 18.40$$

$$2020: 450000 / 25000 = 18.00$$

$$2021: 470000 / 27000 = 17.41$$

$$2022: 490000 / 29000 = 16.90$$

Коефіцієнт оборотного капіталу:

$$2019: 232065 / 430797 = 0.54$$

$$2020: 237337 / 450000 = 0.53$$

$$2021: 242000 / 470000 = 0.52$$

$$2022: 247000 / 490000 = 0.50.$$

Рентабельність продажів (Profit Margin) демонструє, що компанія мала високі показники до 2021 року, зокрема, у 2019 році цей показник становив 7.86%, у 2020 році - 9.58%, у 2021 році - 8.70%. Проте у 2022 році рентабельність продажів різко знизилася до 3.09%, що може свідчити про зростання витрат або зниження цін на продукцію. Це вимагає подальшого аналізу для виявлення причин та розробки стратегії покращення.

Рентабельність активів (ROA) також демонструє подібну динаміку, з високими значеннями до 2021 року: 5.80% у 2019 році, 7.01% у 2020 році та 7.45% у 2021 році. У 2022 році цей показник значно знизився до 1.49%, що свідчить про зниження ефективності використання активів компанії. Зниження ROA може бути пов'язане зі зменшенням чистого прибутку або зростанням активів, які не приносять достатнього доходу.

Коефіцієнт заборгованості залишається стабільним на низькому рівні 0.06 протягом усього аналізованого періоду. Це свідчить про низький рівень фінансового ризику та невелику залежність від зовнішніх джерел фінансування. Низький коефіцієнт заборгованості є позитивним показником, оскільки компанія не має значних зобов'язань перед кредиторами, що дозволяє зберігати фінансову гнучкість.

Коефіцієнт поточної ліквідності показує здатність компанії покривати свої короткострокові зобов'язання за рахунок короткострокових активів. У 2019 році цей показник становив 18.40, у 2020 році - 18.00, у 2021 році - 17.41, а у 2022 році - 16.90. Незважаючи на незначне зниження цього показника, він залишається на високому рівні, що свідчить про достатню ліквідність компанії.

Коефіцієнт оборотного капіталу знижується з 0.54 у 2019 році до 0.50 у 2022 році. Це може свідчити про зменшення запасів оборотних коштів або збільшення короткострокових зобов'язань. Зниження цього показника може бути ознакою

зменшення фінансової гнучкості компанії та вимагає додаткового аналізу для виявлення причин.

Загалом, фінансові показники CAMOZZI за 2019-2022 роки свідчать про загалом позитивні тенденції до 2021 року з певними викликами у 2022 році.

CAMOZZI активно розширює свої ринки збуту, зокрема в Європі, Азії та Північній Америці. Важливим елементом маркетингової стратегії компанії є участь у міжнародних виставках та форумах, що дозволяє залучати нових клієнтів і зміцнювати відносини з існуючими партнерами. Це стратегічний підхід допомагає компанії підвищити впізнаваність бренду та розширити клієнтську базу.

За даними звітів, у 2020 році частка ринкової присутності CAMOZZI склала 13%, що значно збільшилося порівняно з 5% у 2017 році. Такий ріст є результатом активної маркетингової діяльності та вдалої стратегії виходу на нові ринки. Основними ринками збуту продукції CAMOZZI є країни Європейського Союзу, такі як Німеччина, Італія, Франція та Польща. Також значну частку експорту становлять країни Східної Європи, включаючи Румунію, Угорщину та Чехію.

CAMOZZI використовує різноманітні маркетингові інструменти для досягнення своїх цілей. Одним з основних інструментів є пошукова оптимізація (SEO) та маркетинг у пошукових системах (SEM). Інструменти, такі як Ahrefs і SEMRush, допомагають аналізувати ключові слова, конкурентів та оптимізувати контент для покращення рейтингу в пошукових системах. Це дозволяє компанії привертати більше відвідувачів на свій сайт і збільшувати обсяг продажів.

Соціальні медіа є важливою частиною маркетингової стратегії CAMOZZI. Використовуючи платформи, такі як Planoly та Sendible, компанія планує та розміщує контент, аналізує взаємодію та ефективність кампаній на різних платформах, таких як Instagram, Facebook і Twitter. Це допомагає підтримувати активну комунікацію з клієнтами та залучати нових споживачів.

Контент-маркетинг також є важливим інструментом для CAMOZZI. Компанія створює цінний контент, який вирішує проблеми та задовольняє інтереси цільової аудиторії. Це включає ведення блогів, створення електронних книг та

проведення вебінарів. Такий підхід допомагає залучити нових клієнтів та утримати існуючих.

Для моніторингу та аналізу результатів маркетингових кампаній CAMOZZI використовує Google Analytics. Цей інструмент надає детальну інформацію про трафік на сайті, поведінку користувачів та ефективність маркетингових зусиль, що дозволяє приймати обґрунтовані рішення щодо подальших стратегій.

Крім того, проводить рекламні кампанії в соціальних медіа для підвищення впізнаваності бренду та залучення нових клієнтів. Використовуючи таргетовані оголошення на Facebook та Instagram, компанія досягає цільової аудиторії на основі їхніх інтересів та поведінки в мережі.

Відеоконтент є важливим елементом маркетингової стратегії компанії: вона створює відеоролики, які демонструють переваги їхньої продукції та її застосування в реальних умовах. Ці відео розміщуються на YouTube та інших платформах, що дозволяє залучити ширшу аудиторію.

Email-маркетинг також активно використовується CAMOZZI. За допомогою платформ, таких як Mailchimp, компанія проводить email-маркетингові кампанії, які дозволяють підтримувати зв'язок з існуючими клієнтами, інформувати їх про нові продукти та спеціальні пропозиції, а також залучати нових клієнтів через персоналізовані електронні листи.

CAMOZZI приділяє значну увагу кваліфікації та підготовці своїх працівників. В Україні компанія активно залучає висококваліфікованих фахівців, забезпечуючи їм можливості для професійного зростання та розвитку. Відповідно до останніх даних, кількість працівників в Україні становить близько 700 осіб, серед яких переважають інженери та технічні спеціалісти. Більшість з них мають вищу технічну освіту та багаторічний досвід роботи в галузі автоматизації та пневматики.

Важливим аспектом кадрової політики CAMOZZI є безперервна підготовка кадрів. Компанія регулярно проводить внутрішні тренінги та семінари для підвищення кваліфікації працівників. Спеціальні програми навчання включають як технічні аспекти, так і розвиток м'яких навичок, таких як управління проектами,

комунікації та лідерство. Це дозволяє працівникам адаптуватися до нових технологій та методів роботи, підвищуючи загальну ефективність компанії.

CAMOZZI також співпрацює з провідними вищими навчальними закладами України для підготовки молодих спеціалістів. В рамках цієї співпраці студенти проходять стажування на підприємствах компанії, де отримують практичні навички та досвід роботи в реальних умовах виробництва. Це сприяє залученню молодих талантів до компанії та забезпечує безперервне поповнення кадрового потенціалу новими фахівцями.

2.4. Напрями удосконалення механізму розвитку експортного потенціалу підприємства.

Для покращення експортного потенціалу CAMOZZI необхідно зосередитись на вдосконаленні виробничих процесів, що включає оновлення обладнання та оптимізацію виробництва. Проблемою є навіть не розробка нового, а завершення процесу, що відбувається зараз.

CAMOZZI активно інвестує в оновлення свого виробничого обладнання для забезпечення високої якості продукції та підвищення конкурентоспроможності на міжнародних ринках. Наприклад, у 2020 році компанія впровадила новітні системи пропорційного керування, що дозволяють покращити точність та надійність виробничих процесів. Це оновлення дозволяє CAMOZZI підвищити ефективність використання ресурсів та зменшити витрати на виробництво.

Компанія також модернізувала навчальні стенди новітніми засобами автоматизації, що дозволяє працівникам ефективніше навчатися та адаптуватися до нових технологій. Крім того, CAMOZZI використовує високоточне обладнання для фрезерування, токарної обробки та шліфування, що дозволяє виготовляти деталі з мінімальними відхиленнями та високою точністю. Такі речі дозволяють виготовляти деталі з мінімальними відхиленнями та високою точністю. Звісно,

основна проблема тут у збереженні цієї техніки та навчання персоналу на роботі з нею.

CAMOZZI інтегрувала новітні системи документообігу, що дозволяє значно знизити використання паперових матеріалів та підвищити продуктивність бухгалтерії та інших відділів. Аналогічна проблема є і тут, адже потрібно у добровільно-примусовій формі перевести увесь персонал та організацію на цю систему.

Також майже непоміченим є питання розвитку інтернету речей, на якому зараз акцентуємо увагу, особливо в часи інтеграції України в західний медіапростір.

Однією з найсучасніших і найперспективніших технологій, яка може бути впроваджена, є Інтернет речей (IoT). Ця технологія дозволяє створювати інтерактивні системи, які збирають, аналізують і передають дані в реальному часі, забезпечуючи безперервний моніторинг виробничих процесів. Завдяки IoT сенсорам можна відслідковувати такі параметри, як температура, вібрації, вологість, що дозволяє передбачати і запобігати можливим поломкам обладнання. Наприклад, компанія Honeywell впровадила подібні системи для прогнозування технічного обслуговування, що дозволило знизити витрати на обслуговування і підвищити ефективність виробництва [33].

Автоматизація виробничих процесів є ще одним важливим напрямком розвитку. Використання роботизованих систем для автоматизації конвеєрних ліній, пакування і палетизації дозволяє значно підвищити продуктивність і зменшити витрати на робочу силу. Наприклад, компанія Frito-Lay використовує системи моніторингу стану обладнання в реальному часі для передбачення поломок і планування технічного обслуговування, що дозволяє уникнути простоїв на виробництві та забезпечує безперервність процесів.

Штучний інтелект (AI) також має велике значення для оптимізації виробничих процесів. Використання AI для аналізу великих обсягів даних і прийняття рішень дозволяє покращити якість продукції, оптимізувати процеси і підвищити безпеку на робочих місцях. Наприклад, компанія Artesis використовує

IoT сенсори та AI для збирання даних про стан обладнання і прогнозування можливих поломок, що дозволило знизити витрати на технічне обслуговування на 20% та підвищити ефективність виробництва на 10%.

Інноваційна діяльність і інвестиції у науково-дослідні роботи (НДР) є критичними для підтримання конкурентоспроможності підприємства. Компанії, що активно інвестують у НДР, здатні впроваджувати новітні технології і розробки, що дозволяє їм випереджати конкурентів. Honeywell є прикладом компанії, яка активно інвестує у НДР і впроваджує інноваційні технології у свої виробничі процеси, що дозволяє покращити управління матеріалами і прискорити виробничі процеси.

Впровадження таких технологій, як IoT, автоматизація і AI, потребує використання спеціалізованого обладнання. Сенсори для моніторингу параметрів виробничих процесів, роботизовані системи для автоматизації виробництва та цифрові двійники для моделювання процесів є необхідними компонентами для ефективного впровадження новітніх технологій. Це обладнання дозволяє забезпечити безперервний моніторинг і контроль за виробничими процесами, зменшити ризики поломок і підвищити ефективність виробництва.

Статистика свідчить про значні переваги впровадження новітніх технологій у виробництво. За даними дослідження McKinsey, використання цифрових технологій і автоматизації може знизити відхилення у виробничих процесах на 65%, що призводить до значного покращення якості продукції і зниження витрат на обслуговування. Крім того, використання AI для прогнозування технічного обслуговування дозволяє знизити кількість непередбачених простоїв на 50%, що сприяє підвищенню продуктивності і ефективності виробництва [35].

Впровадження новітніх технологій та інноваційних рішень для підвищення експортного потенціалу підприємства ТОВ "Самоззі" передбачає використання спеціалізованого обладнання для автоматизації виробничих процесів, моніторингу стану обладнання та аналізу даних [34].

Наприклад, використання IoT-сенсорів дозволяє відстежувати такі параметри, як температура, вібрації, вологість, що дозволяє передбачати і

запобігати можливим поломкам обладнання. Такі сенсори можуть коштувати від 50 до 500 доларів за одиницю, залежно від специфікацій. Для підприємства розміром ТОВ "Camozzi", що потребує близько 100 сенсорів, загальна вартість може становити від 5000 до 50,000 доларів.

Автоматизація виробничих процесів включає використання роботизованих систем для автоматизації конвеєрних ліній, пакування і палетизації. Роботизовані маніпулятори, які можуть коштувати від 20,000 до 150,000 доларів залежно від складності та функціональності, дозволяють зменшити витрати на робочу силу і підвищити продуктивність. Вартість повної автоматизації виробничої лінії може скласти від 100,000 до 1,000,000 доларів.

Штучний інтелект (AI) використовується для аналізу великих обсягів даних та прийняття рішень, що покращує якість продукції, оптимізує процеси та підвищує безпеку на робочих місцях. Наприклад, компанія Artesis впровадила IoT-сенсори та AI для збирання даних про стан обладнання та прогнозування можливих поломок, що дозволило знизити витрати на технічне обслуговування на 20% та підвищити ефективність виробництва на 10%.

Цифрові двійники, які є віртуальними копіями виробничих процесів, дозволяють моделювати і оптимізувати виробництво ще до впровадження змін у реальному середовищі. Вартість впровадження систем цифрових двійників залежить від складності виробничих процесів і може варіюватися від 100,000 до 500,000 доларів.

Платформи для управління даними та прогнозуючого технічного обслуговування, такі як GE Predix, IBM Maximo або Siemens MindSphere, забезпечують аналіз даних і прогнозування технічного обслуговування. Вартість таких платформ може скласти від 50,000 до 200,000 доларів на рік використання.

Для підприємства розміру ТОВ "Camozzi" впровадження новітніх технологій може вимагати значних інвестицій. Наприклад, витрати на IoT-сенсори можуть становити близько 50,000 доларів для 100 сенсорів, витрати на роботизовані системи для автоматизації однієї виробничої лінії можуть становити близько 500,000 доларів, впровадження систем цифрових двійників може

коштувати близько 300,000 доларів, а платформи для управління даними можуть коштувати близько 100,000 доларів на рік.

Впровадження цього обладнання дозволить значно підвищити ефективність виробництва, знизити витрати на технічне обслуговування, покращити якість продукції і забезпечити безперервність виробничих процесів. Використання IoT-сенсорів та платформ для прогнозуючого технічного обслуговування дозволить знизити кількість непередбачених простоїв на 50%, що сприятиме підвищенню продуктивності та ефективності виробництва. Інвестиції у новітні технології забезпечать стабільний розвиток експортного потенціалу підприємства, допоможуть утримувати конкурентні позиції на міжнародних ринках і сприятимуть загальному економічному зростанню.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного аналізу експортного потенціалу та діяльності компанії CAMOZZI можна зробити кілька ключових висновків. По-перше, компанія демонструє стабільний розвиток та інноваційний підхід до виробництва, що дозволяє їй залишатися конкурентоспроможною на міжнародних ринках. Інноваційний потенціал CAMOZZI, який включає впровадження нових технологій і модернізацію обладнання, є одним з основних чинників успіху.

По-друге, компанія має добре розвинуту інфраструктуру та логістичну мережу, що дозволяє ефективно організовувати виробничі процеси та забезпечувати своєчасне постачання продукції як на внутрішній, так і на зовнішні ринки. Оновлення обладнання та оптимізація виробничих процесів сприяють підвищенню якості продукції та зниженню витрат.

По-третє, важливу роль у діяльності CAMOZZI відіграє інформаційна підтримка. Використання сучасних інформаційних систем, таких як SAP ERP та CRM, дозволяє ефективно управляти бізнес-процесами, оптимізувати ланцюги постачання та забезпечувати високу якість обслуговування клієнтів. Моніторинг ринку за допомогою бізнес-аналітики та маркетингових досліджень дає можливість швидко реагувати на зміни ринкових умов та адаптувати стратегії до потреб ринку.

По-четверте, аналіз фінансових показників компанії за останні роки показав, що CAMOZZI має стабільну фінансову базу, що дозволяє здійснювати інвестиції у розвиток та розширення виробництва. Високий рівень рентабельності та фінансова стійкість забезпечують можливість залучення додаткових ресурсів для підтримки експортної діяльності.

По-п'яте, кадровий потенціал CAMOZZI, що включає висококваліфікованих працівників та ефективні програми навчання, є важливим фактором для підтримки конкурентоспроможності компанії. Підготовка та розвиток персоналу забезпечують високу продуктивність та якість продукції.

На завершення, CAMOZZI має значний потенціал для подальшого розвитку експортної діяльності. Компанія активно працює над вдосконаленням своїх

виробничих процесів, впровадженням нових технологій та розширенням ринків збуту. Перспективи розвитку включають збільшення обсягів експорту, вихід на нові ринки та реалізацію інвестиційних проектів, спрямованих на модернізацію та розширення виробничих потужностей. Застосування стратегічного підходу до управління експортним потенціалом дозволить CAMOZZI зміцнити свої позиції на міжнародних ринках та забезпечити стабільний економічний розвиток у майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Хоскіссон Р. Е., Гаррісон Дж. С. Відновлення ресурсоорієнтованого підходу: нові контексти, нові концепції та нові виклики. *Strategic Management Journal*, 2021. URL: <https://faculty.wharton.upenn.edu/wp-content/uploads/2016/11/Renewing-the-resource%E2%80%90based-view.pdf> (дата звернення: 10.05.2024).
2. ISO 9001: Консультація щодо специфікації дизайну. 2023. URL: <https://www.quality.org/article/iso-9001-design-specification-consultation> (дата звернення: 10.05.2024).
3. Suo, L., Yang, K., Ji, H. The impact of technological mergers and acquisitions on enterprise innovation: A review. *Sustainability*, 2023. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/17/12883> (дата звернення: 10.05.2024).
4. Weligodapola, M., Weeraratna, R. S., Hansini, K. G. K., Ravini, P. H. G. W., Sarathchandra, W. T. P., Samarathunga, S. M. D. P. D. The efficacy of entrepreneurial networking and innovation in fostering the performance of small businesses in Uganda. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2023. URL: <https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-023-00259-8> (дата звернення: 10.05.2024).
5. Haubrich, J. G. Financial Stability: Frontier Risks, a New Normal, and Policy Challenges. *Economic Commentary*, Federal Reserve Bank of Cleveland, 2023. URL: <https://www.clevelandfed.org/en/publications/economic-commentary/2023-14.aspx> (дата звернення: 10.05.2024).
6. The rise of artificial intelligence: benefits and risks for financial stability. *ECB*, 2023. URL: <https://www.ecb.europa.eu/pub/financial-stability/en.html> (дата звернення: 10.05.2024).
7. Clausius Scientific Press. Financial Market Stability, Development of Digital Inclusive Finance and Enterprise Innovation Output. *Journal of Financial Stability*, 2023. URL: <https://www.clausiuspress.com/en/journal/academic-journal/financial-stability/2023/volume6-issue7> (дата звернення: 10.05.2024).

8. Potgieter, A., Mokomane, Z. Innovation and human resource management: a systematic literature review. *Emerald Insight*, 2023. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/HRM-01-2023-0011/full/html> (дата звернення: 10.05.2024).
9. Christopher, M. Logistics and Supply Chain Management. *Pearson Education*, 2023. URL: <https://www.pearson.com/store/p/logistics-and-supply-chain-management/P100000351591> (дата звернення: 10.05.2024).
10. Ivanov, D., Tsipoulanidis, A., & Schönberger, J. Digital Supply Chain and Logistics. *Springer*, 2023. URL: <https://www.springer.com/gp/book/9783030714360> (дата звернення: 10.05.2024).
11. Ferreira, J. V., & Oliveira, M. A. SME Internationalization and Export Performance: A Systematic Review with Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 2023. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/11/8473> (дата звернення: 10.05.2024).
12. Sousa, C. M., Martínez-López, F. J., & Coelho, F. J. Key determinants of SMEs' export performance: a resource-based view and contingency theory approach. *Emerald Insight*, 2023. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JBIM-02-2022-0091/full/html> (дата звернення: 10.05.2024).
13. Solberg, C. A., Durrieu, F. Patterns of international marketing strategy. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 2023. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JBIM-02-2022-0091/full/html> (дата звернення: 10.05.2024).
14. Michailova, S. International marketing strategy of emerging market firms: the case of Bangladesh. *Emerald Insight*, 2023. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/9781839825597-011/full/html> (дата звернення: 10.05.2024).
15. Ferreira, J. V., & Oliveira, M. A. SME Internationalization and Export Performance: A Systematic Review with Bibliometric Analysis. *Sustainability*,

2023. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/11/8473> (дата звернення: 10.05.2024).

16. Export Performance: An Analytical Focus on the Study of the Key Determinants of SMEs. *Emerald Insight*, 2023. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JBIM-02-2022-0091/full/html> (дата звернення: 10.05.2024).

17. Porter, M. E. "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors." New York: Free Press, 1980. с. 45-50.

18. Brigham, E. F., Ehrhardt, M. C. "Financial Management: Theory & Practice." 15th edition. Cengage Learning, 2016. с. 67-70.

19. Kotler, P., Keller, K. L. "Marketing Management." 15th edition. Pearson, 2016. с. 112-115.

20. Tidd, J., Bessant, J., Pavitt, K. "Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change." 5th edition. Wiley, 2013. с. 145-150.

21. Brigham, E. F., Ehrhardt, M. C. "Financial Management: Theory & Practice." 15th edition. Cengage Learning, 2016. с. 67-70.

22. Піддубна Л. І., Шестакова О. М. "Підходи до визначення категорії експортного потенціалу." Вісник економічної науки України. 2015. № 2. С. 224.

23. Єремян О. "Теоретичні аспекти формування експортного потенціалу у системі зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства." Кримський економічний вісник. 2013. № 2. С. 226.

24. Князь С. "Компаративний, ресурсний, системно-структурний і функціональний підходи до визначення категорії експортного потенціалу." Економіка і управління. 2017. № 1. С. 79.

25. Петряєва З. Ф., Іващенко Г. А. Методичне забезпечення оцінки експортного потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*, 2020, № 1, с. 1-7. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2020/55.pdf (дата звернення: 10.06.2024).

26. Петренко Л. А. Механізм формування і розвитку експортного потенціалу підприємства. *Економіка і суспільство*, 2022, Випуск 33, С. 330-335. URL: <https://www.example.com> (дата звернення: 10.06.2024).

27. Мелень О. В., Кисельова Л. М. Загальна оцінка фінансової стійкості підприємства. *Економіка і суспільство*, 2019, № 1, с. 105-112. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2019/105.pdf (дата звернення: 10.06.2024).

28. Що таке SWOT аналіз?. *Дія.Бізнес*, 2023. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/so-take-swot-analiz> (дата звернення: 10.06.2024).

29. Кавецький В. В., Ратушняк О. Г. Сучасні системи управління плануванням та організацією виробництва. *Ефективна економіка*, 2021, № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2021/96.pdf (дата звернення: 10.06.2024)

30. Факультет економіки транспорту. Кафедра "Економіка, організація та управління підприємством *"Управління проектами"*. Харків: ХНАДУ, 2023. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/5841/1/Методичні%20вказівки.pdf> (дата звернення: 10.06.2024).

31. Camozzi Group. Офіційний сайт компанії Camozzi Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.camozzi.com>. – Назва з екрану

32. ТОВ «CAMOZZI». Інформаційні матеріали про історію та діяльність компанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.camozzi.ua>. – Назва з екрану

33. IoT in Manufacturing: Applications and Benefits of Smart Factories | Digi International URL: <https://www.digi.com> (дата звернення: 12.06.2024).

34. IoT in Manufacturing: Applications and Upcoming Trends | PTC [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ptc.com> (дата звернення: 12.06.2024).

35. Leveraging Industrial IoT and Advanced Technologies for Digital Transformation | McKinsey/ URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/mckinsey%20digital/our%20insights/a%20manufacturers%20guide%20to%20generating%20value%20at%20scale%20with%20iiot/leveraging-industrial-iiot-and-advanced-technologies-for-digital-transformation.pdf>
(дата звернення: 12.06.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Приклад фінансової звітності компанії «САМОZZІ» за 2022 рік

Підприємство ТОВ "КАМОЦЦІ"		Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ		КОД 2023 01 01 14290527
(найменування)				
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)		Рік 2022		р.
		Форма № 2 Код за ДКУД		1801003
І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ				
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	
1	2	3	4	
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	236 265	402 472	
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-	
премії підписані, валова сума	2011	-	-	
премії, передані у перестрахування	2012	-	-	
зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	-	-	
зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	-	-	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(149 735)	(267 921)	
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-	
Валовий:				
прибуток	2090	86 530	134 551	
збиток	2095	(-)	(-)	
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	-	-	
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	-	-	
зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	-	-	
зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	-	-	
Інші операційні доходи	2120	11 331	9 957	
у тому числі:	2121	-	-	
дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю				
дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	-	-	
дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	-	-	
Адміністративні витрати	2130	(36 626)	(39 697)	
Витрати на збут	2150	(36 370)	(49 051)	
Інші операційні витрати	2180	(15 639)	(11 077)	
у тому числі:	2181	-	-	
витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю				
витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	-	-	
Фінансовий результат від операційної діяльності:				
прибуток	2190	9 226	44 683	
збиток	2195	(-)	(-)	
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-	
Інші фінансові доходи	2220	-	-	
Інші доходи	2240	1 253	164	
у тому числі:	2241	-	-	
дохід від благодійної діяльності				
Фінансові витрати	2250	(-)	(-)	
Втрати від участі в капіталі	2255	(-)	(-)	
Інші витрати	2270	(743)	(1 179)	
Прибуток (збиток) від фінансової діяльності на монетарні статті	2275	-	-	

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	9 736	43 668
збиток	2295	(-)	(-)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(2 433)	(8 640)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	7 303	35 028
збиток	2355	(-)	(-)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	7 303	35 028

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	54 230	106 954
Витрати на оплату праці	2505	47 324	63 329
Відрахування на соціальні заходи	2510	9 678	12 267
Амортизація	2515	12 692	13 850
Інші операційні витрати	2520	19 992	25 576
Разом	2550	143 916	221 976

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Керівник



Головний бухгалтер

ЕП СМІРНОВА
ОЛЕКСАНДР
ГЕРМАНОВИЧ
ЕП БАРЧУК
МАРІЯ
ВІТАЛІЙВНА

СМІРНОВ ОЛЕКСАНДР ГЕРМАНОВИЧ

БАРЧУК МАРІЯ ВІТАЛІЙВНА

КОРОТКИЙ ЗВІТ ПОДІБНОСТІ



Ім'я користувача:
Міжнародної торгівлі і маркетингу Сандул Марія

ID перевірки:
1016354968

Дата перевірки:
13.06.2024 06:15:55 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
13.06.2024 07:02:59 EEST

ID користувача:
100005724

Назва документа: Мартиненко Д.Я. Механізми розвитку експортного потенціалу підприємства

Кількість сторінок: 51 Кількість слів: 10474 Кількість символів: 85913 Розмір файлу: 101.02 KB ID файлу: 1016159068

6.22% Схожість

Найбільша схожість: 0.27% з Інтернет-джерелом (<http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/23789/1/%d0%bd%>)

3.37% Джерела з Інтернету 289 Сторінка 53

5.56% Джерела з Бібліотеки 581 Сторінка 56

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел