

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Економічний факультет
Кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
бакалавра

**ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МІЖНАРОДНУ
ТОРГІВЛЮ**

Завідувачка кафедри,
канд. екон. наук, доц.

Оксана БОЛОТНА

Керівник, д-р екон. наук, професор

Ольга ШУМІЛО

Здобувач, гр. ЕЯ-41 спеціальності
073 – «Менеджмент»,
освітньо-професійної програми
Міжнародний менеджмент
та бізнес комунікації

Анна ЖИТИНСЬКА

Харків – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Факультет Економічний факультет
Кафедра маркетингу, менеджменту та підприємництва
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) бакалавр
Спеціальність 073 – Менеджмент

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ **О. В. Болотна**
підпис ініціали, прізвище

“ _____ ” _____ 20__ року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЄКТ)**

_____ **Житинська Анна Юріївна**
(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Вплив інноваційних технологій на міжнародну торгівлю»
керівник роботи **Шуміло Ольга Станіславівна, д-р екон. наук, професор**
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом по університету від 28 квітня 2025 року № 2101-5/993

2. Строк подання студентом роботи « 2 » червня 2025 р

Перелік питань, які потрібно розробити: дослідити суть інноваційної діяльності у торгівлі; визначити вплив інноваційних технологій на розвиток торгівлі; дослідити світовий досвід впровадження інноваційних технологій у торгівлю; охарактеризувати діяльність підприємства ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»; проаналізувати основні фінансові показники діяльності й фінансового стану ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» та спрогнозувати на наступний період діяльності; розглянути інноваційні технології у практичну діяльність ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» та розробити рекомендації до їх впровадження; сформулювати алгоритм формування інноваційної політики торговельної мережі; визначити шляхи покращення результативності застосування інноваційних технологій у міжнародній торгівлі України.

3. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Розробка та узгодження змісту кваліфікаційної роботи бакалавра, ознайомлення з літературними джерелами за темою.
2	Робота над теоретичним розділом.
3	Доопрацювання першого розділу згідно з рекомендаціями наукового керівника. Написання другого розділу кваліфікаційної роботи.
4	Доопрацювання другого розділу згідно з рекомендаціями наукового керівника. Підготовка третього розділу кваліфікаційної роботи.
5	Доопрацювання третього розділу згідно з рекомендаціями наукового керівника. Написання вступу, висновків кваліфікаційної роботи бакалавра; оформлення списку використаних джерел.
6	Доопрацювання кваліфікаційної роботи згідно з рекомендаціями наукового керівника, подання до рецензування.
7	Подання роботи на кафедру.

4. Дата видачі завдання «31» березня 2025 р.

Здобувач

підпис

Житинська А.Ю.

ініціали, прізвище

Керівник роботи

Шуміло О.С.

підпис

ініціали, прізвище

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота виконана на 79 сторінках комп'ютерного тексту, складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Містить 18 таблиць, 11 рисунків, 3 додатки, 7 формул, список використаних джерел, що налічує 53 джерела.

Тема кваліфікаційної роботи: «Вплив інноваційних технологій на міжнародну торгівлю».

Метою роботи є дослідження, обґрунтування та розробка методичних підходів та рекомендацій щодо впливу інноваційних технологій на міжнародну торгівлю.

Об'єктом дослідження є процес розвитку і впровадження інноваційних технологій у міжнародній торгівлі.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти процесу впровадження інноваційних технологій у міжнародну торгівлю.

У кваліфікаційній роботі досліджено суть інноваційної діяльності та інновацій у торгівлі; визначено вплив інноваційних технологій на розвиток торгівлі; проведено дослідження світового досвіду впровадження інноваційних технологій у торговельні компанії; надано характеристику підприємства ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»; проаналізувати основні фінансові показники діяльності й фінансового стану ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» та спрогнозовано на наступний період діяльності; охарактеризовано інноваційні технології та розроблено рекомендації до їх впровадження у практичну діяльність ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»; сформовано алгоритм формування інноваційної політики торговельної мережі; визначено шляхи покращення результативності застосування інноваційних технологій у міжнародній торгівлі України.

Результати досліджень можуть бути використані у практичній діяльності ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» та інших підприємств.

Рік виконання роботи 2025.

Рік захисту роботи 2025.

АНОТАЦІЯ

Житинська Анна Юріївна «Вплив інноваційних технологій на міжнародну торгівлю». (керівник: д-р екон. наук, професор Шуміло О.С.) на прикладі торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА». Дослідження на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Міжнародний менеджмент та бізнес комунікації». Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна. Харків, 2025 р.

Досліджено суть інноваційної діяльності та інновацій у торгівлі; визначено вплив інноваційних технологій на розвиток торгівлі; проведено дослідження світового досвіду впровадження інноваційних технологій у торговельні компанії; надано характеристики підприємства ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»; проаналізувати основні фінансові показники діяльності й фінансового стану ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» та спрогнозовано на наступний період діяльності; охарактеризовано інноваційні технології та розроблено рекомендації до їх впровадження у практичну діяльність ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»; сформовано алгоритм формування інноваційної політики торговельної мережі; визначено шляхи покращення результативності застосування інноваційних технологій у міжнародній торгівлі України.

Ключові слова: інновації, інноваційні технології, міжнародна торгівля, інноваційна політика.

SUMMARY

Anna Zhytynska «The impact of innovative technologies on international trade» (supervisor: Doctor of Economics, Professor O. Shumilo) on the example of the trading network of LLC «USK UKRAINE» Research for the first (bachelor's) level of higher education in the educational and professional program «International Management and Business Communications». V.N. Karazin Kharkiv National University. Kharkiv, 2025.

The essence of innovation and innovation in trade is investigated; the influence of innovative technologies on the development of trade is determined; a study of the world experience of introducing innovative technologies in trading companies is carried out; the characteristics of the enterprise LLC «USC UKRAINE» are given; the main financial indicators of the activity and financial condition of LLC «USC UKRAINE» are analyzed and forecasted for the next period of activity; innovative technologies are characterized and recommendations for their implementation in practice are developed.

Keywords: innovations, innovative technologies, international trade, innovation policy.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ.....	10
1.1 Суть інноваційної діяльності та інновацій у торгівлі.....	10
1.2 Вплив інноваційних технологій на розвиток торгівлі.....	17
1.3 Світовий досвід впровадження інноваційних технологій у торговельні компанії.....	24
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»..	30
2.1 Характеристика підприємства ТОВ «ЮСК УКРАЇНА».....	30
2.2 Аналіз основних фінансових показників діяльності й фінансового стану ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»	33
2.3 Прогнозування основних фінансових показників діяльності ТОВ «ЮСК УКРАЇНА».....	49
РОЗДІЛ 3 ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ.....	58
3.1 Характеристика інноваційних технологій та рекомендації до впровадження у практичну діяльність ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»	58
3.2 Формування інноваційної політики торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»	63
3.3 Шляхи покращення результативності застосування інноваційних технологій у міжнародній торгівлі України.....	68
ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	76
ДОДАТКИ.....	80

ВСТУП

У сучасних умовах глобалізації та цифровізації світової економіки інноваційні технології виступають ключовим драйвером розвитку міжнародної торгівлі. Цифрова трансформація бізнес-процесів, автоматизація логістичних ланцюгів, застосування штучного інтелекту, великих даних, хмарних технологій, електронної комерції та фінансових технологій кардинально змінюють способи ведення зовнішньоекономічної діяльності.

Інновації забезпечують підвищення ефективності міжнародних торговельних операцій, зниження витрат, прискорення обробки транзакцій, покращення якості обслуговування клієнтів та створення нових каналів збуту. Саме завдяки впровадженню інноваційних рішень компанії здатні виходити на нові ринки, адаптуватися до змін глобального попиту, підвищувати свою конкурентоспроможність і формувати сталу торговельну модель.

У сучасних умовах воєнного стану, економічної нестабільності та логістичних викликів застосування інноваційних технологій стає критично важливим для збереження та розвитку експортного потенціалу. Дослідження впливу інновацій на міжнародну торгівлю дозволяє: виявити сучасні тенденції та перспективи розвитку; оцінити потенціал країн у сфері інноваційної торгівлі; запропонувати ефективні інструменти державної та корпоративної політики. Таким чином, дана тема є актуальною в контексті формування конкурентних переваг, розвитку інноваційної економіки та підвищення ефективності міжнародної взаємодії у сфері торгівлі.

Проблеми впровадження інноваційних технологій та інновацій у міжнародну діяльність підприємств вирішували вітчизняні та зарубіжні науковці. Серед них Лагутіна В. Д., Барни М. Ю., Шалевої О. І., Дж. Даусон, Б. Вайц, Д. Алерт, які досліджували сучасні інноваційні тенденції, Соколенко П. та Єрмак С.О. проводили дослідження щодо впровадження інноваційних технологій у торговельну діяльність, Краус К. і Краус Н. У своїй монографії вирішували питання цифрової трансформації економіки та інші. Але

дослідження щодо інновацій та впливу їх на міжнародну торгівлю потребують більш фундаментальних напрацювань і постійного оновлення із зв'язку з постійними змінами епохи цифровізації.

Метою роботи є дослідження, обґрунтування та розробка методичних підходів та рекомендацій щодо впливу інноваційних технологій на міжнародну торгівлю.

Досягнення мети полягає у виконанні наступних завдань:

- дослідити суть інноваційної діяльності та інновацій у торгівлі;
- визначити вплив інноваційних технологій на розвиток торгівлі;
- провести дослідження світового досвіду впровадження інноваційних технологій у торговельні компанії;
- надати характеристику підприємства ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»;
- проаналізувати основні фінансові показники діяльності й фінансового стану ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»;
- спрогнозувати основні фінансові показники діяльності ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»;
- охарактеризувати інноваційні технології та запропонувати рекомендації до їх впровадження у практичну діяльність ТОВ «ЮСК Україна»;
- розробити алгоритм формування інноваційної політики торговельної мережі ТОВ «ЮСК Україна»;
- визначити шляхи покращення результативності застосування інноваційних технологій у міжнародній торгівлі України.

Об'єктом дослідження є процес розвитку і впровадження інноваційних технологій у міжнародній торгівлі.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти процесу впровадження інноваційних технологій у міжнародну торгівлю.

У процесі проведення дослідження було використано наступні методи: узагальнення, синтезу, порівняння під час дослідження теоретичних аспектів за темою дослідження; методи вертикального та горизонтального аналізу та

коефіцієнтні методи (під час дослідження показників стану); методи прогнозування на основі екстраполяції та методу вирівнювання по прямій (при прогнозуванні показників фінансової діяльності на наступний період); графічні та табличні методи для інтерпретації результатів дослідження.

Наукова новизна роботи:

- розроблено та запропоновано рекомендації до впровадження інноваційних технологій у практичну діяльність торговельного підприємства;
- сформовано алгоритм формування інноваційної політики торговельної мережі.

Апробація результатів дослідження шляхом публікації тез за темою: «Інноваційні технології як чинник конкурентних переваг торговельного підприємства» у збірці наукових праць міжнародної наукової конференції «Здобутки та досягнення прикладних та фундаментальних наук XXI століття», 16 травня, 2025 року м. Миколаїв.

Структура кваліфікаційної роботи: вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, додатки. Повний обсяг кваліфікаційної роботи бакалавра складає 79 сторінок, додатків – 3, рисунків – 11, таблиць – 18, формул – 7, список використаних джерел – 53.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ

1.1 Суть інноваційної діяльності та інновацій у торгівлі.

У Законі України інноваційну діяльність визначають як діяльність яка направлена на застосування наукових розробок під час комерціалізації і інтерналізації підприємств на нових конкурентних ринках. В інноваційну діяльність включаються процеси в науці, техніці, в організації, фінансуванні й комерції які направлені на впровадження інновації у діяльність підприємств [1].

Поняття «інноваційна діяльність» у сучасному ринковому економічному просторі набуває поширення (табл.1.1). Й. Шумпетер одним із перших почав вирішувати проблеми інноваційної діяльності у своїх дослідженнях і визначав як процес «створення нових комбінацій виробничих факторів» [2].

Таблиця 1.1. – Суть поняття «інноваційна діяльність»

Автор	Характеристика	Особливість
Й. Шумпетер [2]	Процес створення нових комбінацій виробничих факторів.	Процес комбінацій факторів
С. Покропивний [3]	Направлений процес наукових та науково-технічних здобутків у нові продукти, які вдосконалені і реалізуються на ринках, а також технологічний удосконалений процес використовуваний у практиці підприємств й пов'язані із цим наукові розробки.	Процес пов'язаний із впровадженням наукових розробок у діяльність
Е. Роджерс [4]	Процес під час якого новинка розповсюджується через визначені канали серед учасників соціальної системи за певний час.	Процес розповсюдження новації
Г. Дайменд [5]	Системний процес пошуку, розробки й впровадження новацій й створення цінності.	Системний процес

Продовження табл. 1.1

Словник А. Завгородній [6]	Суть інноваційної діяльності полягає у спрямуванні на пошук можливостей інтенсивного розвитку виробництва й задовольняння вимог споживачів у різних видах товарів та послуг на конкурентних ринках завдяки інноваційним технологіям та використанню потенціалу.	Процес спрямування можливостей
----------------------------	---	--------------------------------

С. Покропивний розглядав інноваційну діяльність як направлений процес наукових та науково-технічних здобутків у нові продукти, які вдосконалені і реалізуються на ринках, а також технологічний удосконалений процес використовуваний у практиці підприємств й пов'язані із цим наукові розробки [3]. На думку Е. Роджерса інноваційна діяльність є таким процесом під час якого новинка розповсюджується через визначені канали серед учасників соціальної системи за певний час [4]. Системний підхід для розкриття суті поняття використовував Г. Дайменд, він розглядав її як системний процес пошуку, розробки й впровадження новацій й створення цінності [5]. У фінансово-економічному словнику під редакцією А. Завгороднього інноваційні вважають що суть інноваційної діяльності полягає у спрямуванні на пошук можливостей інтенсивного розвитку виробництва й задовольняння вимог споживачів у різних видах товарів та послуг на конкурентних ринках завдяки інноваційним технологіям та використанню потенціалу [6].

Інноваційна діяльність вважається формою інвестиційної діяльності і здійснюється для впровадження науково-технічних досягнень у виробництво, торгівлю й соціальну сферу, а саме [7]: розробка, випуск та розповсюдження нових видів техніки та технологій; позитивні й прогресивні структурні зрушення між галузями; розробка та впровадження довгострокових програм із значними строками окупності витрат; покращення продуктивних сил й фінансування й забезпечення фундаментальних досліджень; покращення

екологічних та соціальних умов на основі нових ресурсозберігаючих технологій.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що інноваційна діяльність є нелінійним процесом, це не тільки впровадження новинок у технологічний процес, а також поєднання багатьох можливостей у всіх сферах життя суспільства й вирішення проблем.

Інновації є багатовимірним процесом, який вимагає високого ступеня інтеграції всередині компаній або організацій на міжфірмових рівнях, коли інноваційний процес передбачає застосування у практичній діяльності інформаційних технологій [8].

Інноваційна діяльність сприяє розвитку сучасного торговельного підприємства, його конкурентоспроможності на ринку у довгостроковому періоді діяльності. Вона забезпечує гнучку реакцію торговельного підприємства на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, що сприяє задоволенню споживачів товарами та послугою. Інновації у торгівлі – це діяльність підприємства сфери торгівлі, або окремі складові які раніше не були застосовані у процесі господарювання, що спрямовані на підвищення ефективності торговельної діяльності, новинка-чинник інтенсивного росту підприємства з метою економічного та інших ефектів. На сьогодні інноваційний чинник є переважним у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств торгівлі.

В економічному розрізі можна виділити наступні основні ознаки інноваційної діяльності підприємства торгівлі [9]:

- інноваційна активність, що відображається у рівні інтенсивності під час впровадження інновацій, їх своєчасності та можливостей компанії для досягти якісних перетворень шляхом мобілізації свого потенціалу;
- гнучкість компанії проявляється у швидкому реагуванні на зміни у зовнішньому середовищі. Інноваційні організації використовують різні форми інноваційної діяльності та інновацій;

– важливою тенденцією в торгівлі є переважання інновацій, які не мають взаємозв'язку із з технікою та технологіями. Технологічні торговельні інновації є інформаційними інструментами (комп'ютеризація послуг, автоматизація бухгалтерського обліку тощо) і, перш за все, організаційними інноваціями та пошуком нових ніш ринку;

– торговельна виручка на квадратний метр торгової площі. Ефективність використання торговельної площі можна виміряти у виручці на квадратний метр торговельної площі, якої можна досягти, якщо магазин обладнаний достатньо великою виставковою площею. Для одного і того ж розміру об'єкта торговельна площа варіюється в залежності від типу і складу обладнання магазину, кількості компонентів товару, представлених на викладці (рис.1.1)

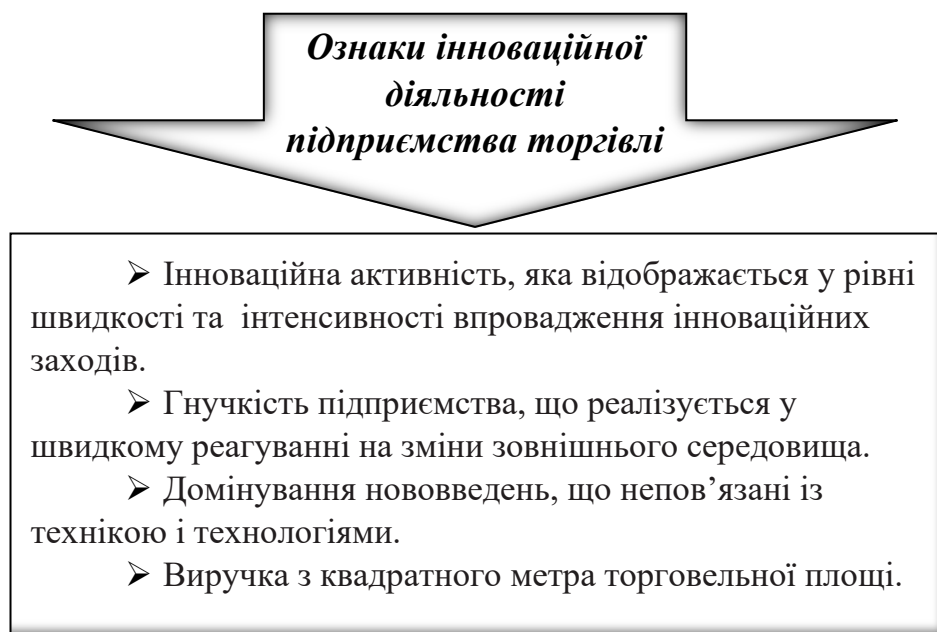


Рисунок 1.1 – Ознаки інноваційної діяльності підприємства торгівлі

(Розроблено автором)

Інновацію в торгівлі розуміють як навмисне впровадження змін у технологіях, економічних, правових, соціальних та змін організаційних в торговельній діяльності і поведінку покупців з метою отримання прибутку або підвищення рівня конкурентоспроможності й частки ринку, тощо.

Торговельна інновація є зміною, що відбувається під час застосування наукових досягнень, розробок й досліджень, які впроваджують в діяльність підприємства для вдосконалення торговельних послуг, економічних і соціальних відносин у товарному обігу.

У сучасних умовах розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності та розвиток науково-технічного прогресу мають складний технологічний ланцюжок, що включає просування товарів, оновлення та переоснащення матеріально-технічної бази на основі використання систем машин і обладнання, удосконалення процесів обслуговування споживачів, що має здійснюватися на базі технічної політики, спрямованої на впровадження передових технологій з сучасною виробничою орієнтацією, впровадження та освоєння нових технологій й розробку нових видів продукції.

Сьогодні торговельна сфера застосовує багато інноваційних технологій, які дозволяють: збільшити обсяг продажів за рахунок ефективної комунікації з споживачами; зменшити витрати на персонал; зменшити вплив людського фактору на підприємство; підвищити дохід на одного працівника, продуктивність; підвищити кількість замовлень від клієнтів.

Торговельні інновації підлягають класифікації. Найбільш прийнятну класифікацію інновацій у торгівлі розробив Е. Блондо, менеджер у торгівлі. Запропонований підхід включає сім типів інновацій у торгівлі [10]:

- радикальні інновації у торгівлі – онлайн-торгівля;
- інновації, що впроваджуються покрокове (збільшення проходів у торговельних залах, вплив на думку споживачів);
- соціальні торговельні інновації, включають цілодобову торгівлю, модель Seven-Eleven, покупка товарів у кредит, платіжні пристрої, тощо;
- технічні інновації – технологічні зміни, на які впливають звички покупців, портативна упаковка виробника, яка використовується магазинами дискаунтерами та гіпермаркетами;
- революційні інновації, яким сприяла цифровізація та штучний інтелект;

- локальні торговельні інновації коли зміни проводяться у окремих сегментах не торкаючись змін технологій, це може бути створення власних торгових марок;
- архітектурні торговельні інновації у комерційних відносинах та складській діяльності, подання презентація товарів під час реалізації потенційним покупцям (рис 1.2).

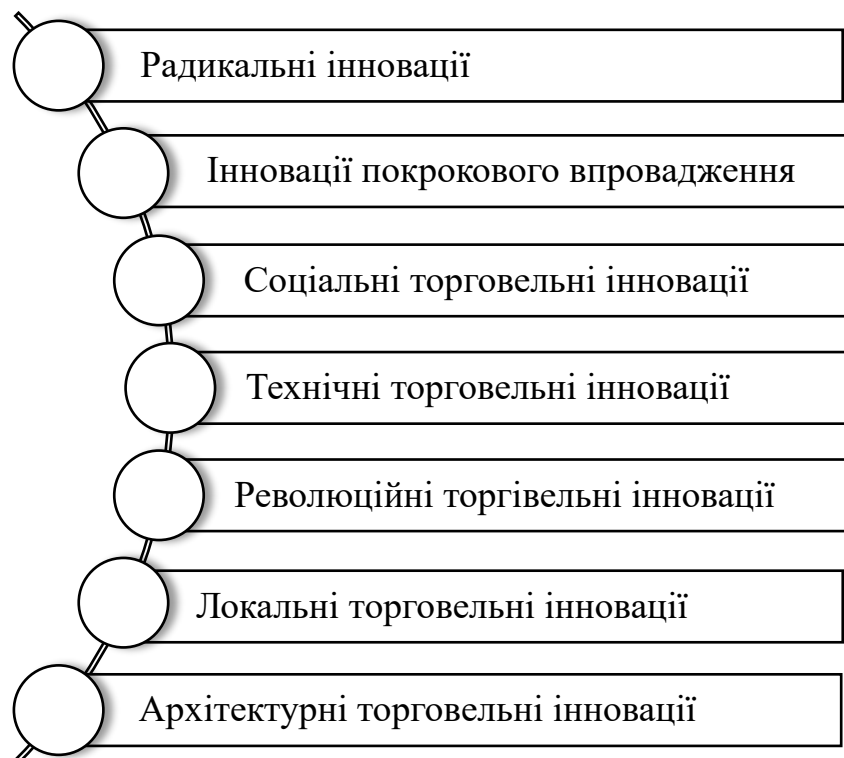


Рисунок 1.2 – Види інновацій у торгівлі *(Розроблено автором за [10])*

Важливим під час проведення інноваційної діяльності в торгівлі визначати її особливості, що обумовлюються тенденціями розвитку (рис.1.3):

- на різних етапах торговельного процесу інноваційні технології у торгівлі пов'язані із удосконаленням торгово-технологічних процесів та послуг на підприємстві.
- значна увага приділяється маркетинговим інноваціям, оскільки існує опосередкований вплив споживачів на виробництво.

– великий вплив на розвиток інновацій у торгівлі мають великі торговельні мережі, що стають флагманом інноваційного розвитку в сфері торгівлі.

– для торговельної галузі особливістю також є формування інновацій як у торгівлі, так і у виробничій галузі.

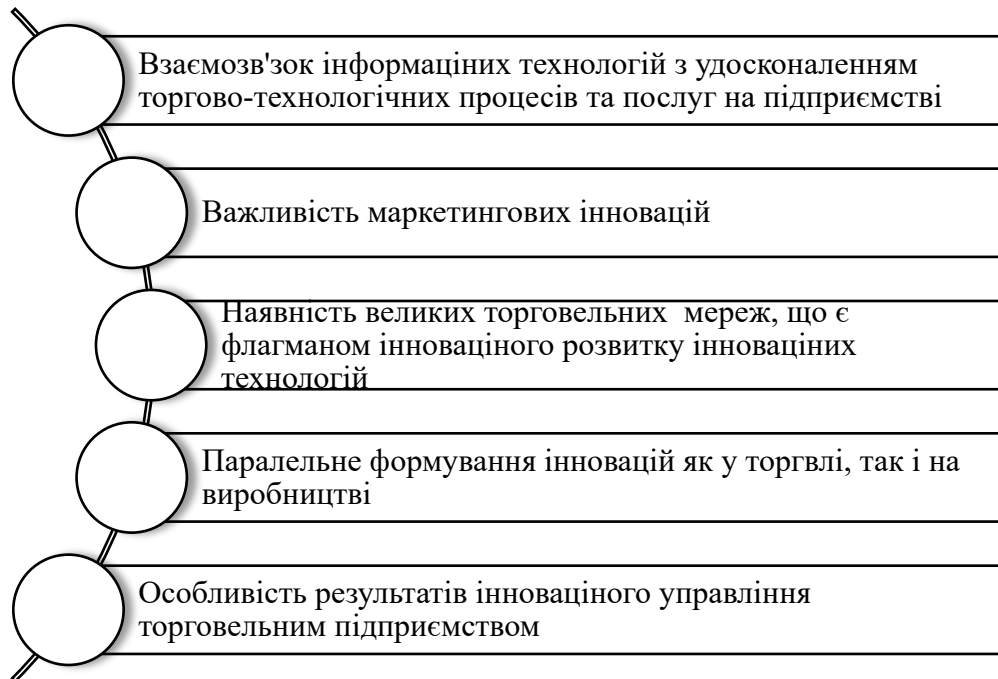


Рисунок 1.3 – Особливості інноваційної діяльності в торгівлі

(Розроблено автором)

– особливістю інноваційної діяльності в торгівлі є результат інноваційного управління підприємством, це наступні моменти: підвищення цінності додаткових послуг для клієнтів; підвищення конкурентних переваг; покращення рівня задовольняння потреб споживачів; підвищення рівня ефективності торгово-технологічних процесів; збільшення асортименту та зростання якості товарів; поява на ринках нових торговельних форматів. Щоб впроваджувати означені інновації у торговельний процес доцільно завіювати всі наявні ресурси на підприємствах.

1.2 Вплив інноваційних технологій на розвиток торгівлі.

Впровадження інноваційних технологій у торговельну діяльність підприємств має суттєвий вплив на трансформацію цієї галузі, шляхом підвищення ефективності торгово-технологічних процесів, конкурентоспроможності та орієнтації на споживача. Ключовими аспектами такого впливу є наступні: підвищення ефективності бізнес-процесів на торговельному підприємстві; покращення досвіду клієнтів (Customer Experience); забезпечення зростання обсягів продажів; якісний аналіз і формування виважених управлінських рішень; розширення ринків та географії торгівлі; підтримка загальної концепції сталого розвитку.

Розглянемо більш детально ці ключові аспекти впливу інноваційних технологій на діяльність торговельних підприємств (табл.1.2).

1. Використання інноваційних технологій у діяльності торговельного підприємства має безпосередній вплив на ефективність бізнес-процесів цього підприємства, що проявляється у застосуванні таких інноваційних програмних забезпечень як POS-системи, ERP, CRM, логістичних платформ. Застосовуючи зазначені програмні продукти на торговельному підприємстві значно підвищується продуктивність праці та забезпечується кращий досвід клієнта. POS-системи виконують наступні дії: відбувається реєстрація продажів, облік товарів, генерують звіти та чеки, мають інтеграцію із банківськими терміналами. Це підвищує швидкість обслуговування клієнтів, запобігають помилкам у розрахунках, в них оперативно оновлюється інформація про залишки товарів. ERP-системи управляють всіма бізнес-процесами (фінансами, логістикою, складом, кадрами, тощо.). CRM-системи будують та підтримують відносини із клієнтами, стимулюють повторні продажі, сприяють сегментації аудиторії.

2. Customer Experience – це загальне враження, яке клієнт отримує від взаємодії з компанією на всіх етапах контракту: від першого ознайомлення до післяпродажного обслуговування. Покращення вражень покупця є

стратегічним завданням яке формує позитивні емоції, лояльність та забезпечує довгострокові відносини з покупцем.

Покращення досвіду клієнтів включає:

- пошук та знайомство з товаром (подання зрозумілої інформації про товар, забезпечення простоти навігації);
- покращення процесу покупки товару забезпечуючи зручність, швидкість, наявність варіантів оплати/доставки;
- отримання товару супроводжується якісною упаковкою, своєчасністю доставки, подання інструкції; обслуговування під час покупки та після має гарантувати підтримку, гарантійне обслуговування, зворотний зв'язок;
- емоційну складова під час покращення досвіду клієнтів полягає у забезпеченні довіри, турботи про клієнта й персоналізації.

Таблиця 1.2 – Вплив інноваційних технологій на діяльність торговельних підприємств

Напрямок впливу	У чому проявляється	Інноваційна технологія
Зростання ефективності бізнес-процесів	Автоматизація процесів, швидкість обробки, зниження помилок	ERP-системи, POS-системи
Збільшення обсягів продажів	Онлайн-канали збільшують аудиторію, персоналізація	E-commerce, CRM
Покращення клієнтського досвіду (Customer Experience)	Швидке обслуговування, мультиканальна підтримка	Чат-боти, мобільні додатки
Оптимізація витрат	Менше втрат, надлишків, економія на персоналі та логістиці	RFID, оптимізація логістики
Аналітика і прийняття рішень	ВІ-панелі швидко аналізують дані і коригують стратегію	Power BI, Tableau
Розширення ринків збуту	Продавати в будь-якому регіоні через онлайн-платформи	Маркетплейси, соцмережі
Підвищення конкурентоспроможності	Технології — стратегічна перевага на ринку	Безконтактні оплати, smart-каси
Сприяння сталому розвитку	Екологічні рішення, прозорість, облік ресурсів	Електронні чеки, логістичні платформи

Покращення Customer Experience є постійним процесом удосконалення всіх точок взаємодії з клієнтом. Його мета полягає у задоволенні клієнта, зробити його лояльним і готовим повернутися за наступною покупкою. За проведеними дослідженнями аналітичних компаній 86% клієнтів готові заплатити більше за кращий досвід, а 90% повторних покупок залежать від якості взаємодії. А негативним є то, що один незадоволений клієнт розповість іншим дев'яти про свої негативні враження.

3. Забезпечення зростання обсягів продажів. В умовах сьогодення у стає все важливіше гарантувати стійкість бізнесу, застосовуючи ефективні та інноваційні рішення для підвищення ефективності продажів, персоналізації та гнучкості бізнесу. Застосування інноваційних технологій також сприяє автоматизації, аналізу даних та омнікальності. Цифрові методи значним чином впливають на підвищення конкурентоспроможності бізнесу [11]. Впровадження інноваційних технологій у торгівлі дозволяє не просто підтримувати стабільний рівень продажів, а динамічно збільшувати їх завдяки оптимізації процесів, персоналізації взаємодії з клієнтами та швидкій адаптації до ринку. У табл. 1.3 зазначені основні сучасні технології що сприяють підвищенню кількості продажів.

Таблиця 1.3 – Сучасні інноваційні технології та їх вплив на зростання продажів

Технологія	Причина зростання продажів	Приклад
Е-commerce (електронна комерція)	Доступність товару 24/7, розширення ринку	Онлайн-магазини, мобільні застосунки
Big Data та аналітика	Прогнозування попиту, точна сегментація клієнтів	Персоналізовані рекомендації, розумне ціноутворення
CRM-системи	Утримання клієнтів, повторні продажі	Автоматичні email-нагадування, програми лояльності

Продовження табл.1.3

POS-системи	Швидке обслуговування та зниження черг	Більше клієнтів — більше продажів
ERP-системи	Оптимізація закупівель і наявності товару	Менше втрат через відсутність або надлишок
Маркетингові платформи з AI	Автоматичні кампанії з високим CTR	Контекстна реклама, Facebook Ads, Google Shopping
Омніканальні стратегії	Єдиний досвід клієнта онлайн/офлайн	Купівля онлайн — повернення в магазині

4. Інноваційні технології, що застосовуються під час аналізу торговельної діяльності й прийняття управлінських рішень значним чином впливають на прогнозування попиту на ринках, завдяки їм проводиться якісне оцінювання споживчих звичок та відбувається планування закупівель із великою точністю. Під час аналітичних та управлінських процесів на торговельному підприємстві застосовується програмне забезпечення Big Data, яке дозволяє уникати дефіциту або перевиробництва, що зменшує втрати і втрачений продаж. Впливовими на ефективність торгівлі є ВІ-панелі та дашборди для керівників, які є візуалізованими інтерактивними інструментами, які надають керівникам швидкий доступ до ключових бізнес-даних у режимі реального часу для прийняття ефективних управлінських рішень. Інноваційними впливовими є програми оптимізації запасів, що являють собою автоматизовані системи та алгоритми, що допомагають торговельному підприємству підтримувати оптимальний рівень товарів на складі, знижувати витрати на зберігання та логістику, прогнозувати попит і планувати поставки товарів, підвищувати оборотність запасів. За допомогою таких програм прогнозується попит, автоматично формуються замовлення, плануються постачання, аналізується собівартість та відбувається оптимізація розміщення товарів на складах або в магазинах. Це наступні програмні системи: SAP SCM, Infor Supply Chain, Logility, O9 Solutions та інші.

5. Інноваційні технології в торговельній галузі сприяють розширенню ринку та географії торгівлі. Завдяки Інтернет-платформам

долаються фізичні обмеження і з'являється можливість продавати товари в будь-який регіон/країну, незалежно від наявності фізичних магазинів. Мобільні додатки та маркетплейси забезпечують доступ до глобальної аудиторії. Завдяки інноваціям в логістиці ефективно обслуговуються віддалені ринки. Цифровий маркетинг забезпечує можливість таргетингу за геолокацією, мовою, культурними інтересами для виходу на іноземні ринки. Інтегровані платіжні системи відкривають доступ до глобальної аудиторії.

6. Торговельні інноваційні технології підтримують концепцію та принципи сталого розвитку, тобто розвиток бізнесу, що враховує економічні, екологічні та соціальні аспекти. Екологічна стійкість забезпечується наявністю: електронних чеків та проведенням безпаперового документообігу; енергоефективним освітленням магазинів; екоупаковки товарів; відкриття розумних магазинів (Smart Stores), які зменшують ресурси. Щодо соціальної відповідальності яку забезпечують інноваційні технології то це автоматизація роботи, що дає вільний час для персоналу; он-лайн доступ до покупки для людей з інвалідністю; прозора комунікація через соціальні платформи яка забезпечує зворотний зв'язок із покупцями.

Торгівля, що інтегрує інноваційні технології, стає не лише конкурентоздатною, але й етично відповідальною, створюючи умови для сталого зростання — і для бізнесу, і для суспільства, і для планети.

Слід зазначити, що серед детальних інновацій у торговельній діяльності роздрібних підприємств швидко набувають розвитку і мають позитивний вплив на розвиток торгівлі наступні (табл.1.4).

Доповнена реальність. Впровадження у торговельний процес спеціальних додатків за допомогою яких покупець має візуально можливість оцінити товар. Так, як приклад, бренд ІКЕА надає спробу за допомогою додатку оцінити меблі та спробувати віртуально їх розмістити у кімнаті будинку. В американському кафе Kitchencray є можливість через маску в Instagram побачити страву у процесі її приготування [12].

Таблиця 1.4 – Інноваційні технології роздрібних підприємств, що набувають швидкого розвитку.

Інновація	Характеристика
Доповнена реальність	Впровадження у торговельний процес спеціальних додатків за допомогою яких покупець має візуально можливість оцінити товар.
Роботи	Застосування роботів у торговельній діяльності під час сортування товарів, проведення моніторингу товару на полицях, доставка товарів до клієнтів, збір та аналіз даних, надають відповіді та орієнтують клієнтів.
Smart Cart (розумний візок)	Виконує функції навігації, переглядає рецепти страв і визначає потрібні продукти для цього, може надати повну інформацію про продукт, сканує і визначає ціну.
Електронні цінники	Вітрини оснащуються цифровими цінниками, в яких інформація про товар змінюється за рахунок зв'язку по радіоканалу
Технологія NFC (Near Field Communication)	Бездротовий зв'язок під час безконтактних платежів на коротких відстанях. Принцип дії NFC схож на Bluetooth і RFID, але більш швидкий і безпечний і більше функціональних можливостей. Карти із NFC чіпом можна застосовувати у громадському транспорті
Концепція SoLoMo	Мобільні інтернет-технології для просування торговельних точок. Вони являють собою поєднання геолокації, соціальних мереж та мобільних платформ.
Надолонні каси	Пристрій-додаток до касового апарату за допомогою якого оптимізується час знаходження покупця в магазині.
Застосування штучного інтелекту (генеративний та емоційний)	Генеративний штучний інтелект створює різні типи контентів – маркетингові листи, реклами, повідомлення я клієнтів, що полегшує роботу із клієнтами. Емоційний штучний інтелект проводить аналіз емоцій клієнтів оцінюючи мову, голос, вираз обличчя що сприяє більшому розумінню споживачів й налагодженню з ними комунікацій, що в подальшому підвищує продажі.

Роботи. В останні роки набуває популярності застосування роботів у торговельній діяльності під час сортування товарів, проведення моніторингу товару на полицях, доставка товарів до клієнтів, збір та аналіз даних. Також роботи застосовуються для надання відповідей клієнтам та зорієнтувати у

магазині. Набувають поширення безпілотні автомобілі для доставки товарів клієнтам.

SmartCart (розумний візок). Виконує функції навігації, переглядає рецепти страв і визначає потрібні продукти для цього, може надати повну інформацію про продукт, сканує і визначає ціну. В ньому є вмонтований сканер, що надає змогу підрахунку суми покупок та можливість встановити ліміт на покупку, про що візок сповістить, якщо буде перевищення.

Електронні цінники набувають популярності у магазинах в яких формат самообслуговування. Вітрини оснащуються цифровими цінниками, в яких інформація про товар змінюється за рахунок зв'язку по радіоканалу. Зміна вартості продукції відображається в через програмне забезпечення.

Технологія NFC (Near Field Communication). Зростає застосування бездротового зв'язку під час безконтактних платежів на коротких відстанях. Принцип дії NFC схож на Bluetooth і RFID, але більш швидкий і безпечний і більше функціональних можливостей. Карти із NFC чіпом можна застосовувати у громадському транспорті [13].

Концепція SoLoMo. Мобільні інтернет-технології для просування торговельних точок. Вони являють собою поєднання геолокації, соціальних мереж та мобільних платформ. Суть застосування соціальної складової полягає у постійному контакті людини із своїми родичами та друзями, до яких доноситься інформація про покупку та ціни. Геолокація дозволяє знаходити потрібні торговельні точки де б не знаходився покупець. Працює з мобільного Інтернету [14].

Надолонні каси є додатком для касового апарату. За допомогою такого пристрою оптимізується час знаходження покупця в магазині. Використовуючи такі апарати, продавці знаходячись залі приймають замовлення у покупця та оформлює його і на касі формується чек, який покупець забирає при виході.

Сучасні інноваційні технології не лише оптимізують процеси торгівлі, а й стають стратегічним інструментом розвитку підприємств у цифрову епоху.

Їхній вплив охоплює всі рівні діяльності підприємства: від операцій до стратегічного планування. Компанії, які своєчасно впроваджують такі технології, отримують помітну перевагу над конкурентами, особливо в умовах глобальної конкуренції та нестабільної економіки. Впровадження є вимогою часу та запорукою конкурентоспроможності в трансформаційних умовах економіки.

1.3 Світовий досвід впровадження інноваційних технологій у торговельні компанії.

У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрових технологій інновації стають ключовим чинником підвищення ефективності діяльності торговельних компаній. Світовий досвід свідчить про те, що компанії, які активно впроваджують інноваційні технології, отримують конкурентні переваги, зміцнюють лояльність клієнтів і покращують фінансові показники.

Інноваційні технології у сучасному міжнародному торговельному бізнесі є життєвою необхідністю для успішного функціонування компаній на ринку. Причини такої необхідності розглянемо нижче.

Інноваційні технології підвищують ефективність та продуктивність процесів у міжнародному бізнесі. Прикладом може бути впровадження CRM-систем або штучного інтелекту, що підвищує точність та швидкість процесів на виробництві й знижує ресурсні затрати [15].

Інноваційні технології сприяють залучанню та отриманню клієнтів із різних куточків світу. Велику перевагу на міжнародному ринку мають компанії, які підключили свої платіжні системи до сайтів, розроблюють особисті скрипти для спілкування із клієнтами, автоматизують роботу з торговельними платформами.

Серед технологій слід виділити *інновації які забезпечують ефект пристосування до змін бізнес-середовища.* Компанії із застосуванням таких

інновацій мають швидку реакцію на зміни в законодавстві країни, на зміни попиту споживачів, на конкуренцію.

Інноваційні технології нові можливості для ведення торговельного бізнесу на нових міжнародних ринках. Впровадження таких технологій у торговельну діяльність сприяє створенню передумов для виникнення нових сегментів на ринках, нових видів товарів та сервісів, допомагає компаніям отримувати на ринку провідні позиції. Прикладом може бути послуга смарт-месенджер для комунікацій із клієнтами завдяки якій клієнти отримують інформацію про новинки та різні інновації [16].

Інноваційні технології формують та розвивають інноваційне мислення та креативність. Завдяки їм розроблюються нові методи прийняття рішень у торговельному бізнесі, відбувається пошук нових ідей. Значним досягненням є налаштування розрахунків за товари чи послуги через сайт.

Таким чином, можна стверджувати розвиток інноваційних технологій у світі є головним фактором успіху бізнесу і торговельного, зокрема.

Серед сучасних інноваційних технологій продажів, що популярні в торгівлі на міжнародних ринках можна віділити наступні: використання нових каналів збуту (закупівля продукції через роздрібні мережі, каси самообслуговування тощо); впровадження нових концепцій презентації продукції в секторі (наприклад, шоу-руми, веб-сайти тощо); внесення суттєвих змін у дизайн та упаковку продукції (private label), спеціалізація пропозиції послуг; реалізація нових стратегій, спрямованих на розширення споживчої бази або ринку збуту); внесення суттєвих змін у дизайн та упаковку продукції (private label), спеціалізація пропозиції послуг; реалізація нових стратегій, спрямованих на розширення споживчої бази або ринку збуту; застосування нових методів просування продукції (нові рекламні концепції, іміджі, бренди, методи персоналізації тощо), брендування, методи персоналізації тощо) [17;18].

Пропонуємо виділити основні напрямки впровадження інноваційних технологій у торговельну діяльність на міжнародних ринках на прикладі великих міжнародних торговельних компаній (табл.1.5). У міжнародній торгівлі є багато

прикладів інноваційних стратегій, ці стратегії змінили сприйняття та допомогли завоювати споживчий ринок крупним міжнародним торговельним компаніям.

Таблиця 1.5 – Напрямки впровадження інноваційних технологій у торговельну діяльність на міжнародних ринках на прикладі великих міжнародних торговельних компаній *(Розробка автора)*

Напрямки впровадження інноваційних технологій	Приклад міжнародної торговельної компанії	Характеристика впровадженої інновації
Цифрова трансформація та автоматизація	Amazon (США)	Піонер у використанні штучного інтелекту (AI), хмарних технологій, а також автоматизованих складів і безкасових магазинів (Amazon Go).
	Alibaba (Китай)	Концепція «New Retail», що інтегрує онлайн- і офлайн-торгівлю за допомогою аналітики великих даних, штучного інтелекту та Інтернету речей (IoT).
Омнікальні стратегії	Walmart (США)	Поєднує мобільні додатки, сайт, фізичні магазини та логістичні сервіси в єдину систему.
	Zara (Іспанія)	Інтеграція онлайн-магазину з офлайн-примірочними та послугами самовивозу через мобільний додаток.
Великі дані та аналітика споживацької поведінки	Tesco (Велика Британія)	За допомогою програми лояльності Clubcard компанія здійснює глибокий аналіз споживацьких уподобань.
	Target (США)	Використовує прогнозу аналітику для оптимізації асортименту та персоналізації пропозицій.
Інновації в логістиці	JD.com (Китай)	Доставка товарів дронами, автономні роботи-кур'єри, розумні логістичні центри.
	IKEA (Швеція)	Автоматизовані склади та прогнозна система управління ланцюгами постачання.
Використання AR/VR (доповнена та віртуальна реальність)	IKEA Place	Додаток для віртуального «примірювання» меблів у домашньому просторі.
	L'Oreal / Sephora	Дзеркала доповненої реальності для примірки косметики в режимі онлайн.

Продовження табл.1.5

Касові та платіжні інновації	Amazon Go	Магазини без кас: клієнти сканують вхід, беруть товар і виходять, без черг.
	Starbucks	Мобільний додаток з можливістю попереднього замовлення та безконтактної оплати.
Екологічні та соціальні інновації	Patagonia (США)	Екологічні ініціативи, прозорість у ланцюгах постачання, повторне використання продукції.
	Unilever	Зменшення вуглецевого сліду, цифрове маркування, логістика з використанням альтернативної енергії

Ключовим трендом у світовій економіці, особливо у сфері торгівлі, де конкуренція та динамічність ринку змушують компанії впроваджувати інноваційні рішення стала цифрова трансформація.. Цифрова трансформація є стратегічною зміною в організації, яка включає використання цифрових технологій (штучний інтелект, великі дані, хмарні сервіси, IoT тощо) для створення нових або модернізації існуючих процесів, продуктів і послуг [18].

Автоматизація ж сприяє підвищенню ефективності операційної діяльності, зниженню витрат та покращенню якості обслуговування. Як приклад піонером у використанні штучного інтелекту й хмарних технологій стала компанія Amazon, інтеграцію онлайн та офлайн торгівлі використовуючи аналітику великих даних, штучного інтелекту та Інтернету речей запровадила міжнародна торговельна компанія Alibaba.

Омнікальні стратегії на основі яких компанії об'єднують локальні ринки в єдину систему, адаптуються під ринок кожної країни за рахунок мови, валюти, поведінки споживачів, мають спільні CRM/ERP системи, що дозволяє бачити повну картину продажів та поведінки клієнтів у будь-якій точці світу. Такі стратегії у своїй діяльності постійно використовують компанії Walmart та Zara.

Пріоритетним у функціонуванні компанії обрали напрямок застосовувати системи Великі дані й аналітики споживацької поведінки компанія Tesco й Target. За допомогою програми лояльності Clubcard компанія Tesco здійснює глибокий

аналіз споживацьких уподобань. Компанія Target використовує прогнозу аналітику для оптимізації асортименту та персоналізації пропозицій.

Інновації в логістиці є ключовим фактором підвищення ефективності торговельних компаній. Вони дозволяють швидше доставляти товари, знижувати витрати, покращувати контроль за запасами та забезпечувати кращий клієнтський досвід. Перевагами застосування інноваційних технологій у логістиці є швидка доставка товарів, зменшення витрат і втрат, більш точні замовлення, вплив на екологічність. Інновації в логістиці є базовими під час ведення торговельного бізнесу у компанії IKEA, де акцент зроблено на автоматизовані склади та прогнозна система управління ланцюгами постачання. Інноваційні технології активно застосовує і китайська компанія JD.com, яка організувала доставку товарів дронами, автономні роботи-кур'єри, розумні логістичні центри.

Покращення клієнтського досвіду за рахунок впровадження інноваційної технології AR/VR за рахунок яких накладаються цифрові елементи (зображення, текст, 3D-моделі) на реальний світ через екран смартфона, планшета або AR-окуляри і занурюють користувача у комп'ютерно створене середовище за допомогою VR-гарнітур є основою на якій базується робота компаній IKEA Place та L'Oreal / Sephora. Так в компанії

IKEA Place впроваджено додаток для віртуального «примірювання» меблів у домашньому просторі а компанії L'Oreal й Sephora використовують дзеркала доповненої реальності для примірки косметики в режимі онлайн.

Касові та платіжні інноваційні системи спрощують, прискорюють і автоматизують процес розрахунків між покупцем і продавцем, роблячи покупки зручнішими, безпечнішими та ефективнішими. Так системи широко застосовуються компаніями Amazon Go та Starbucks, де магазини без кас: клієнти сканують вхід, беруть товар і виходять, без черг. Застосовують мобільні додатки з можливістю попереднього замовлення та безконтактної оплати.

Набувають розвитку й впровадження у торговельну діяльність міжнародних компаній екологічні та соціальні інновації. За такими напрямками інноваційної діяльності можна виділити компанію Patagonia, яка в своїй діяльності проявляє

екологічні ініціативи, прозорість у ланцюгах постачання, повторне використання продукції. Торговельна компанія Unilever активно бореться за зменшення вуглецевого сліду, використовує цифрове маркування й проводить логістику з використанням альтернативної енергії.

Світовий досвід доводить, що інноваційні технології – це не розкіш, а необхідність для торговельних компаній. В умовах цифрової економіки інновацій їсть стає головним драйвером зростання, адаптації до нових викликів і формування сталого розвитку. Компанії, які вчасно впроваджують технологічні новації, отримують не лише економічні переваги, але й лідерство на ринку.

Висновки до розділу 1

За проведеним дослідженням визначено, що інноваційна діяльність є процесом впровадження новацій у технологічний процес, що сприяє розвитку торговельного підприємства та його конкурентоспроможності. Ознаками інноваційної діяльності є інноваційна активність, гнучкість підприємства, домінування нововведень, збільшення виручки.

Інновації у торгівлі класифікують на радикальні, покрокові, соціальні, технічні, революційні, локальні та архітектурні.

Впровадження інноваційних технологій у торговельну діяльність підприємств трансформує торгівлю, вона набуває розвитку. Так, зростає ефективність бізнесу, підвищуються продажі, покращуються взаємини з клієнтами, оптимізуються витрати, розширюються ринки збуту. Компанії які використовують інноваційні технології під час торгового процесу отримують більше конкурентних переваг на ринку, покращують фінансові показники, розвиваються.

Основними напрямками впровадження інноваційних технологій у торговельну діяльність міжнародних компаній є цифрова трансформація та автоматизація, омнікальні технології, застосування систем великих даних, касові та платіжні інновації, інновації у логістиці.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»

2.1 Характеристика підприємства ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»

Компанія JYSK є скандинавською міжнародною мережею, яка піклується про будинок та сад, запропоновуючи їх облаштування. Ця компанія входить у склад Lars Larsen Group, засновником її є відомий скандинавський торговець який завжди мав найкращу пропозицію. Ларс Ларсен був обличчям компанії до 2019 року, потім головуючим компанії став його син Джейкоб Брунсборг. Свій перший магазин Ларсен відкрив у 1979 році у данському місті Орхус, бізнес зростав швидкими темпами і відкривались магазини по всій Данії, у 1984 році був відкрито перший магазин в за кордонами у Німеччині [19].

Діяльність компанії JYSK, набула широкого признання вже багато років серед членів данської королівської родини, вони є постійними покупцями. Компанія пишається такою традицією. Королева Данії нагородила компанію відзнакою яка надається тільки надійним перевіреним поставникам – «Постачальник королівської родини Данії». У 2009 році був нагороджено королівською родиною засновник JYSK Ларс Ларсен орденом лицаря за внесок у ділову сферу Данії [20].

Логотип компанії зображено на (рис. 3.1). Значення назви «JYSK», у перекладі з данської – означає щось, або когось який асоціюється із старанністю, скромністю, чесністю та втіленням надійності. Зображення гуся на логотипі свідчить про те, що компанія реалізувала вироби із натуральних матеріалів.

Місія компанії полягає у покращенні діяльності та розширенні компанії для можливості запропоновувати споживачам найкращі пропозиції для всіх хто любить жити і спати. JYSK планує створювати місію бачення, що включає

більше ніж просто пропонування гарної пропозиції ціни для клієнтів. Загальна концепція має включати та пропонувати найвигідніші пропозиції [21].



Рисунок 3.1 – Логотип мережі JYSK [19]

Одним із головних підходів ведення бізнесу є корпоративна соціальна відповідальність. Міжнародна компанія кожен день взаємодіє із великою кількістю партнерів, покупців і іншими стейкхолдерами, враховуючи інтереси суспільства і відповідають за вплив діяльності компанії на них. Мережа JYSK старанно працює у взаємодії із іншими організаціями і долає сучасні виклики. У рамках ланцюгів постачання і співпраці, виникає можливість впливу на робочі процеси та ставлення до них. Компанія усвідомлює свою відповідальність і продовжує працювати над змінами, які б сприяли позитивному вирішенню питань як соціальних, так і економічних.

JYSK займається спонсорством, де значна частина коштів вкладається у культуру та спорт. Спонує заняття, виступи й змагання людей із інвалідністю з легкої атлетики з 1989 року. Компанія забезпечує підтримку іншим культурним та спортивним установам. У діяльність компанії входить підтримка благодійних ініціатив, вона із такими компаніями як з Save the Children та Danchurchsocial, що також мають вектор на благодійність. Кожного року JYSK вносить значну суму у проведення благодійного телемарафону

Danmarks Indsamling, діяльність якого спрямована на підтримку гуманітарних ініціатив у Африці й інших країнах світу [21].

У теперішній час торговельну мережу JYSK входить більше 3400 магазинів у 48 країнах світу, де щорічний обіг компанії складає 41,4 млрд. данських крон. У попередньому 2024 році стався рекорд кількості нових покупців і слав 11,9 млн. За 2024 рік було відкрито 137 нових магазинів у Європейських країнах. У планах відкриття магазинів у Марокко навесні 2025 року. Також застосовується концепція 3.0 під час оновлення магазинів [19].

JYSK пропонує для споживачів товари у широкому асортименті, виготовлені у Скандинавському стилі для дому та сну. Реалізуються товари з акцентом на модерновий та простий дизайн. Це ліжка, меблі, аксесуари, товари для дому, постільна білизна, тощо. Товари представлені у широкому асортименті в магазинах офлайн та онлайн.

В Україні вперше компанія була представлена франчайзинговим магазином у 2004 році, у подальшому, було проведено оцінювання потенціалу і діяльності на українській території і дочірня компанія Jysk Nordic у 2012 році викупила її. Компанія зайшла на ринок України і розпочала свою діяльність у 2011 році. В Україні компанія представлена торговельною мережею ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» яку було створено згідно із законами України.

Основний вид діяльності зареєстрований у реєстрі КВЕД [22]:

47.19 Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах.

Серед інших видів діяльності внесена така інформація:

77.33 Надання в оренду офісних машин і устаткування, у тому числі комп'ютерів

82.99 Надання інших допоміжних комерційних послуг, н.в.і.у.

46.90 Неспеціалізована оптова торгівля [23].

Станом на початок 2024 року роздрібну мережу JYSK представляли 90 магазинів.

На протязі 2022-2023 р. р. в період воєнного стану в країні, мережа продовжує розвиток. Так, за цей період відкрито 20 нових магазинів та 17 вже

існуючих й відбудовано після руйнувань і пошкоджень шість магазинів. Інвестовано у розвиток торговельної мережі в Україні за цей період 400 млн. грн. З початку воєнних дій в Україні компанія внесла сплати до бюджету України у розмірі 2 млрд. грн. Близько 70 млн перечислила на підтримку українських військових та благодійність. Також, було залучено більше 1 млн. грн на різні благодійні проекти від покупців мережі.

У 2025 році торговельна мережа ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» відкриває 100-й магазин у Чернівцях. Це буде другий спеціалізований сучасний відповідно концепції 3.0 магазин мережі у місті з площею 825 кв. м., також анонсовано відкриття ще 25 магазинів на території України у 2025 році [24]. Компанія ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» продовжує активний розвиток, демонструючи стійкість та адаптивність в умовах війни.

2.2 Аналіз основних фінансових показників й фінансового стану ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»

З метою підвищення ефективності діяльності торговельного підприємства важливим є проведення фінансового аналізу. Фінансовий аналіз є системою дослідження фінансової звітності підприємства, яке дозволяє оцінити його економічний стан, ефективність діяльності та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Для торговельного підприємства, яке працює в умовах високої конкуренції та цінової динаміки, фінансовий аналіз є ключовим інструментом управління та стратегічного розвитку.

Для торговельного підприємства фінансовий аналіз має велике практичне значення, що полягає у контролі ефективності продажів, завдяки чому стає можливим виявлення найприбутковіших товарів або груп товарів. За результатами фінансового аналізу оптимізуються витрати підприємства, а саме зменшується логістичні та адміністративні витрати. Фінансовий аналіз сприяє проведенню оцінювання інвестиційних можливостей підприємства,

через виявлення негативних тенденцій після проведеного аналізу підприємство має змогу розробити і впровадити комплекс заходів для запобігання банкрутству. Постійне проведення фінансового аналізу формує довіру до підприємства з боку банків, постачальників, потенційних партнерів.

Фінансовий аналіз – важливий елемент фінансового менеджменту та контролю. Він є прерогативою вищого керівництва підприємства і може впливати на формування фінансових ресурсів і грошових потоків, прийняття ефективних управлінських рішень, таких як ціноутворення на продукцію, заміна обладнання або технологій, а також на економічне зростання підприємства. Фінансовий аналіз є складовою повного аналізу діяльності підприємства і складається з двох частин які пов’язані: фінансового аналізу та управлінського аналізу [25].

У сучасних економічних умовах своєчасна та об’єктивна оцінка фінансового стану підприємства набуває особливого значення для підприємств усіх форм власності, але власники бізнесу не мають ігнорувати потенційні можливості збільшення прибутку підприємства, які допоможе виявити своєчасний аналіз фінансового стану торговельного підприємства. Проведення постійного аналізу фінансового стану, платоспроможності, ліквідності та фінансової стійкості компанії важливий ще й тому, що прибутковість будь-якої компанії значною мірою залежить від її платоспроможності. Банки також беруть до уваги фінансовий стан компанії при оцінці кредитоспроможності позичальника.

Фінансовий стан торговельного підприємства – це можливість підприємства фінансувати свою господарську діяльність. Фінансовий стан торговельного підприємства характеризується його здатністю ефективно функціонувати, виконувати зобов’язання перед контрагентами та забезпечувати прибутковість у коротко- і довгостроковій перспективі. Це важлива складова загального стану підприємства, яка визначає його економічну стабільність та конкурентоспроможність [26].

Фінансовий стан також відображає платоспроможність перед постачальниками і банками, здатність до інвестування в розвиток і модернізацію, ефективність управління витратами та ціноутворенням, стійкість до ринкових і зовнішньоекономічних ризиків.

Фінансовий стан – є визначеним рівнем збалансованості між різними структурними елементами активів і капіталу компанії, а також ефективність їх використання. Його оптимізація є однією з головних умов подальшого розвитку компанії. Водночас кризовий фінансовий стан підприємства відображає загрозу банкрутства. Аналізуючи фінансовий стану торговельного підприємства виділяють напрямки, в яких необхідна аналітична робота, а також виявляє найважливіші аспекти і найслабші місця фінансового стану торговельного підприємства. Таким чином, результати фінансового аналізу можуть бути використані для відповіді на наступне питання: які найважливіші інструменти можуть бути використані для покращення фінансового стану торговельного підприємства в даний період функціонування?

Отже, можна стверджувати, що фінансовий стан торговельного підприємства є важливим критерієм його фінансово-економічної діяльності. За ним можна визначити потенціал підприємства під час співробітництва, оцінити гарантованість інтересів всіх стейкхолдерів і фінансових та інших відносинах, визначити ступінь конкурентоспроможності підприємства.

Проведення оцінки фінансового стану торговельного підприємства проводиться на базі фінансового аналізу, тобто процесу під час якого аналізується фінансовий стан та результативність всієї діяльності підприємства для виявлення резервів з метою підвищення ринкової вартості. К вже зазначалось, фінансовий аналіз є інструментом управління методом прогнозування фінансового стану підприємства.

Метою аналізу фінансового стану торговельного підприємства є всебічна оцінка фінансової стійкості, платоспроможності, рентабельності та ефективності використання ресурсів для прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо діяльності, розвитку та інвестицій. Основною

метою є виявлення сильних та слабких сторін фінансової діяльності підприємства, забезпечення стабільності та конкурентоспроможності у ринкових умовах.

Щоб досягти зазначену мету необхідним є визначення параметрів за якими можна буде проводити оцінювання прибутку, активів, пасивів, зобов'язань. Також не тільки оцінюється поточний стан компанії, а й розроблюються прогнози як короткострокові так і довгострокові [27].

Мета досягається шляхом виконання наступних завдань: проведення динамічного та структурного аналізу активів підприємства; оцінювання стану пасивів шляхом динамічного та структурного аналізу; визначення коефіцієнтів ліквідності та платоспроможності та оцінювання стану підприємства; оцінка фінансового стану абсолютними та відносними показниками й аналіз їх у динаміці; оцінювання грошових активів та ресурсів підприємства; проведення повного аналізу фінансового стану, відстеження змін та сучасних тенденцій та оцінка впливу факторів на ці зміни.

Напрямки проведення фінансового аналізу торговельного підприємства наступні: визначити й оцінити фінансові потреби торговельного підприємства; ефективний розподіл коштів торговельного підприємства та ресурсів а також аналіз джерел їх надходження; формування фінансової звітності за визначеними формами й контроль за веденням господарської діяльності.

Фінансовий аналіз має проводитись на основі якісної інформаційної бази, що сприятиме проведенню якісного аналізу фінансового стану торговельного підприємства. Інформаційну базу складають бухгалтерська та статистична звітність торговельного підприємства, первинні дані спостереження та може проводитись експертна оцінка.

Фінансова звітність являє собою сукупність систематизованих документів, які відображають фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за певний період. Вона є ключовим джерелом інформації для керівництва, інвесторів, кредиторів, контролюючих органів та інших зацікавлених сторін. Фінансова звітність є офіційна, стандартизована

форма подання бухгалтерської інформації, яка характеризує, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси та виконує зобов'язання.

Мета фінансової звітності – надавати всім зацікавленим особам правдиву й повну інформацію про фінансовий стан підприємства з метою прийняття управлінських рішень щодо проведення господарської діяльності у поточному періоді і у перспективі [28].

Перед проведенням аналізу доцільно вивчити діяльність підприємства, а вже потім отримувати звітність та проводити розрахунки та оцінку стану фінансового. Для ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» пропонуємо провести фінансовий аналіз за період діяльності 2022-2024 р. р. У попередньому підрозділі кваліфікаційної роботи наведено характеристику ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» та описані особливості торговельної мережі. Наступний етап – проведення фінансового аналізу. Дані для проведення аналізу отримані із фінансової звітності, що знаходиться у відкритому доступі в Інтернеті.

По-перше проведемо аналіз балансу торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА». Аналіз балансу проводиться двома методами горизонтальний та вертикальний.

Під час горизонтального аналізу балансу підприємства виявляють абсолютні відхилення фінансових показників діяльності торговельного підприємства та розраховують темпи росту показників. Вертикальний аналіз надає можливість дослідити співвідношення власного а позикового капіталу й оцінити фінансову стабільність підприємства.

Під час вертикального аналізу балансу підприємства кожна стаття балансу виражається у відсотках до загальної суми активів (або пасивів). За його допомогою оцінюється структура балансу та виявляється, які частини є домінуючими, а які займають незначну позицію.

Процес проведеного горизонтального та вертикального аналізу торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» представлено у таблицях (2.1 – 2.4).

Таблиця 2.1 – Горизонтальний аналіз показників активів торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» за період 2021-2023 р. р.

Показник	2021	2022	2023	Абсолютне відхилення (+;-)		Відносне відхилення %	
				2022/ 2021	2023/ 2022	2022/ 2021	2023/ 2022
1	2	3	4	5	6	7	8
I. Необоротні активи							
Незавершені капітальні інвестиції	33436	27078	43115	-6358	16037	81,0	1,59
Основні засоби	871881	823196	952211	-848685	129015	0,94	115,7
первісна вартість	1182323	1286001	1581923	103678	259922	108,8	123,0
знос	310442	462805	629712	152363	166907	14,9	136,1
Довгострокова дебіторська заборгованість	3291	4053	2951	762	-1102	123,15	72,8
Відстрочені податкові активи	2700	-	949	-2700	949	-	-
Інші необоротні активи	1321	3468	3988	2147	520	26,3	115,0
Усього за розділом I	912629	857795	1003214	-54834	145419	0,94	117,0
II. Оборотні активи							
Запаси	441775	610646	618022	168871	556376	138,2	102,4
виробничі запаси	856	15		-841	-	0,6	-
товари	440919	603631	618022	162712	14391	136,9	102,4
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1506	2	13413	-1504	13411	0,1	6706,5
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	3869	6734	895902	2865	889168	174,1	133,0
з бюджетом	1075	5346	1176	4271	-4170	497,3	22,0
Дебіторська заборгованість за рахунками з нарахованих доходів	-	12807	5877	12807	3070	-	45,8
Інша поточна дебіторська заборгованість	768	500	242	-268	-258	65,1	48,4
Гроші та їх еквіваленти	97534	1114423	1801973	1016889	687550	1142,6	161,7
готівка	8211	9238	9486	1027	248	125,5	102,7
рахунки в банках	89323	1105185	1792487	25862	687302	1237,2	71,7
Витрати майбутніх періодів	2202	818	1126	-1384	-692	37,1	137,7
Інші оборотні активи	-	4111		4111	-4111	-	-
Усього за розділом II	548729	1766387	3337731	1 217 658	1 571 344	321,9	4355,2
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття							
-	-	-	-				
Баланс	1461358	2613182	4340945	1 151 824	1 727 763	178,8	166,1

У результаті проведеного горизонтального аналізу активів ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» отримано, що за період дослідження необоротні активи підприємства мають тенденцію до зниження у 2022 р. на -54834 тис. грн, а у наступному збільшення на 145419 тис. грн, що склало 117 %. Такі зміни пояснюється початком воєнних дій в країні, але торговельна мережа як бачимо виклики пододала, і відбулось зростання довгострокових вкладень підприємства у майно, яке використовується у господарській діяльності протягом тривалого часу (понад 1 рік). Що стосується оборотних активів ТОВ «ЮСК Україна», то їх тенденція за три роки до зростання, відповідно кожного року за досліджуваний період 2021-2023 р. р. сума показника становила відповідно: 548729 тис. грн., 1766387 тис. грн. та 3337731 тис. грн. Зростання оборотних активів в значній мірі відбулось за рахунок запасів підприємства. Так у 20200 році запаси зросли у порівнянні із 2021 р. на 1 217 658 тис. грн, а у 2023 р. у порівнянні із попереднім періодом на 1 571 344 тис. грн. Найбільше зростали рахунки у банках, де абсолютна зміна показника у 2022 р. склала 25862 тис грн, а у 2023 р. – 687302 тис. грн., відповідно. Зростання оборотних активів – це ознака активної операційної діяльності, однак необхідно контролювати структуру цього зростання, аби уникнути перевитрат або фінансових втрат через неефективне управління поточними ресурсами.

Таблиця 2.2 – Горизонтальний аналіз показників пасивів торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» за період 2022-2024 р.р.

Показник	2021	2022	2023	Абсолютне відхилення (+;-)		Відносне відхилення %	
				2022/2021	2023/2022	2022/2021	2023/2022
П А С И В							
1	3	4	4	5	6	7	8
I. Власний капітал							
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	586307	1052562	1424995	466 255	1 319 733	179,5	135,4
Усього за розділом I	586308	1052563	1424996	466 255	1 319 733	179.5	135.4

Подовження табл. 2.2

II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення							
Інші довгострокові зобов'язання	482523	569460	667966	86 937	98 506	118,02	117,3
Усього за розділом II	482523	569460	667966	86 937	98 506	118,02	117,3
III. Поточні зобов'язання і забезпечення							
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	112388	88414	51745	-23974	-36669	78,7	5,9
товари, роботи, послуги	97345	148906	23401	51 331	-125 505	153,0	15,7
розрахунками з бюджетом	97575	20479	112845	-77 096	92 366	21,0	551,0
у тому числі з податку на прибуток	54263	-	64408	-54263	64408	-	-
розрахунками зі страхування	3043	4418	3762	1 375	-656	45,2	85,2
розрахунками з оплати праці	16529	23695	24577	8 635	882	143,4	103,7
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	77392	43904	70612	-33488	26708	56,7	16,07
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	-	631043	1728341	631043	1 097 298	-	366,2
Поточні забезпечення	13226	21861	20648	8 635	-1213	165,3	94,5
Інші поточні зобов'язання	8523	8433	1422	-90	-7011	99,0	16,9
Усього за розділом III	392527	991159	2247983	598 632	1 256 824	252,5	226,8
IV. Зобов'язання пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття							
Баланс	1461358	2613182	4340945	2 466 824	1 727 763	178,8	166,1

Результати проведеного горизонтального аналізу пасивів свідчать про зростання власного капіталу за рахунок нерозподіленого прибутку за досліджуваний період 2021-2023 р. р. Збільшення показника відбулось 2022 році на 466255 тис. грн. и склало 1052563 тис. грн., а у 2023 р. збільшення склало 1319733 тис. грн., значення показника стало 1424996 тис. грн. Відповідно нерозподілений прибуток у 2022 році збільшився на 466255 тис.

грн, а у 2023 р. на 1 319 733 тис. грн. Зростання власного капіталу за рахунок нерозподіленого прибутку означає, що підприємство залишає частину або весь прибуток, отриманий за звітний період, у своєму розпорядженні, а не розподіляє його серед засновників (власників) у вигляді дивідендів, така ситуація на підприємстві сприяє підвищенню його фінансової стійкості. Поточні зобов'язання та забезпечення також мають тенденцію до збільшення, так, у 2022 р. вони збільшились від попереднього періоду на 598 632 тис. грн, що відсотковому співвідношенні майже у доїлись. А у 2023 р. показник відносно попереднього періоду збільшився на 1 256 824 тис. грн, що складає 256%. Це свідчить про позитивні зміни – активізацію операційної діяльності, підприємство активно використовує зовнішнє короткострокове фінансування для забезпечення обороту. Але у той же час є й негативні аспекти, що проявляються у зниженні ліквідності та платоспроможності. Таким чином зростання поточних зобов'язань може бути нормальним етапом активного розвитку підприємства.

Таблиця 2.3 – Вертикальний аналіз показників активів торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» (у відсотках) за період 2021-2023 р.р.

Показник	2021	2022	2023	Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення %	
				2022/ 2021	2023/ 2021	2022/ 2021	2023/ 2021
1				5	6	7	8
I. Необоротні активи							
Незавершені капітальні інвестиції	3,7	3,2	4,3	-0,5	1,1	0,87	0,09
Основні засоби	95,5	95,9	94,9	0,4	-1,9	1,0	0,98
первісна вартість	129	149,9	157,7	20,9	7,8	116,2	105,2
знос	34,0	53,9	62,8	19,9	42,9	158,5	116,5
Довгострокова дебіторська заборгованість	0,03	0,07	0,03	0,04	-0,04	2,3	142,9
Відстрочені податкові активи	0,002		0,009	-0,002	0,009	-	-
Інші необоротні активи	0,0003	8,08	0,4	8,077	-7,68	2693,3	5,0
Усього за розділом I	62,5	32,6	23,11	-29,9	-9,49	0,5	0,68
II. Оборотні активи							
Запаси	80,5	34,17	18,5	-46,33	-15,67	0,43	0,54
виробничі запаси	0,015	0,008		-0,007	-0,008	0,53	0,54

Продовження табл. 2.3

товари	80,4	34,17	18,5	3336,6	-15,67	0,425	0,04
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	0,03	0,01	0,04	-0,02	0,03	0,33	4,0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	0,7	0,3	26,8	-0,4	26,5	0,43	89,3
з бюджетом	0,7	0,3	0,4	-0,4	0,1	0,43	1,33
Дебіторська заборгованість за рахунками з нарахованих доходів		0,7	0,2	0,7	-0,5	-	0,25
Інша поточна дебіторська заборгованість	0,1	0,3	0,07	0,2	0,6	3,0	0,23
Гроші та їх еквіваленти	17,8	63,0	54,0	45,2	9	3,53	85,7
готівка	1,5	0,8	0,3	-0,7	-0,5	41,6	0,86
рахунки в банках	1,6	62,5	53,7	60,9	-8,8	39,1	0,86
Витрати майбутніх періодів	0,004	0,004	0,003	-	-0,001	-	0,75
Інші оборотні активи		0,2		0,2	-		
Усього за розділом II	37,5	67,5	6,9	30,0	9,4	1,8	1,14
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття							
Баланс	100	100	100	X	X	X	X

За результатами вертикального аналізу активів ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» за період 2022-2024 р.р. загальною тенденцією зміни активів підприємства було збільшення оборотних активів підприємства та зменшення необоротних. Так у 2022 році активи торговельної мережі склались на 62,5% необоротних й 37,5% оборотних активів, у 2023 р. відповідно 2,6% та 67,4%. Така тенденція свідчить про зміну структури активів у бік підвищення ліквідності. Це є ознакою адаптації до короткострокових потреб, оптимізації фінансової структури або реагування на кризові/нестабільні умови воєнного часу. У динаміці у 2023 р. оборотні активи змінились на 0,68 п.п., а необоротні на 1,14 п. п., що є незначною зміною.

Динаміка зміни структури активу балансу торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» за період 2021-2023 р. р. показана на рис. 2.2.

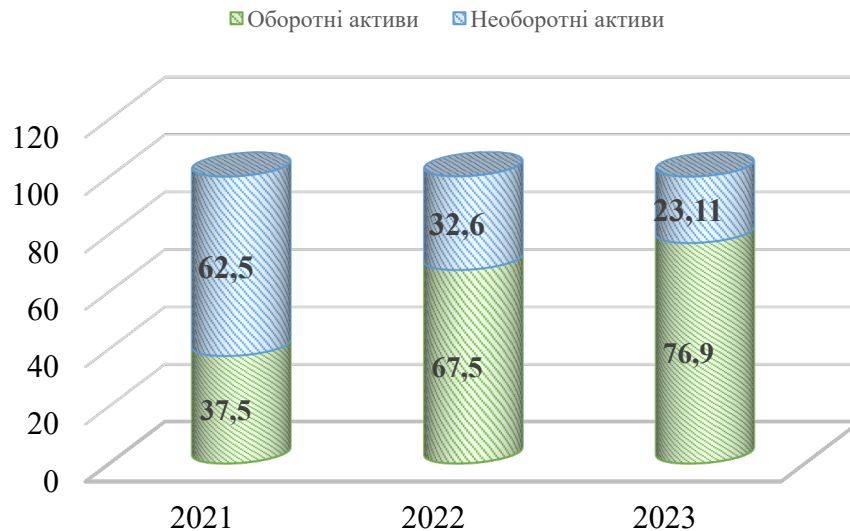


Рисунок 2.2 – Динаміка зміни структури активу балансу торговельної мережі ТОВ «ЮСК Україна» за період 2021-2023 р. р. (Розроблено автором)

Вертикальний аналіз пасивів ТОВ «ЮСК Україна» представлено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Вертикальний аналіз показників пасивів торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» (у відсотках) за період 2021-2023 р.р.

Показник	2021	2022	2023	Абсолютне відхилення (+/-)	
				2022/ 2021	2023/ 2022
1	2	3	4	5	6
I. Власний капітал					
Зареєстрований (пайовий) капітал				-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)					
Усього за розділом I	40,1	40,3	32,8	0,2	-7,5
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення					
Інші довгострокові зобов'язання					
Усього за розділом II	33,0	21,8	15,4	-11,2	-6,4
III. Поточні зобов'язання і забезпечення					
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	28,6	8,9	2,3	-19,7	-6,6
товари, роботи, послуги	24,8	15,2	1,0	-9,6	-14,2

Продовження табл.2.4

розрахунками з бюджетом	24,9	2,1	5,0	22,8	2,9
у тому числі з податку на прибуток	13,8	-	0,2	-13,8	0,2
розрахунками зі страхування	0,8	0,4	0,2	-0,4	-0,2
розрахунками з оплати праці	4,2	2,4	1,1	-1,8	-1,3
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	19,7	4,4	3,1	-15,3	-1,3
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	-	63,7	76,8	63,78	13,02
Поточні забезпечення	3,4	2,2	0,9	-1,2	-1,3
Інші поточні зобов'язання	21,7	0,9	0,007	20,8	-0,83
Усього за розділом III	26,9	38,0	51,8	11,1	13,8
IV. Зобов'язання пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття					
Баланс	100	100	100	X	X

За результатами вертикального аналізу пасивів торговельної мережі ТОВ «ЮСК Україна» за період 2021-2023 р. р. можна спостерігати, що пасиви підприємства у 2021 р. складаються із 40,1% власного капіталу, 33% довгострокових зобов'язань та забезпечень й 26,9 поточних зобов'язань і забезпечень. У наступному періоді зменшення набули довгострокові зобов'язання на 11,2 п. п. а поточні – збільшились на 11,1. Зміни у власному капіталі у 2022 р. майже не відбулись. У 2023 р. Власний капітал та довгострокові зобов'язання зменшились на 7,5 і 6,4 п. п. відповідно. У 2022 р. та 2023 р. поточні зобов'язання склали відповідно 38,0% та 51,8%. Тенденція до збільшення показника відповідно кожного періоду дослідження.

Збільшення поточних зобов'язань підприємства означає, що компанія має більше короткострокових боргів, які необхідно погасити протягом поточного року. Це важливий показник, який впливає на ліквідність, фінансову стабільність і платоспроможність підприємства. Така ситуація для підприємства означає активну ділову діяльність, покращення умов роботи з постачальниками, ефективне використання позикових ресурсів для фінансування обігових коштів. Але при цьому існує ризик невиконання зобов'язань та залежність від зовнішніх джерел фінансування.

Динаміка зміни структури показників пасивів торговельної мережі ТОВ «ЮСК Україна» за період 2021-2023 р.р. показана на рис. 2.3.

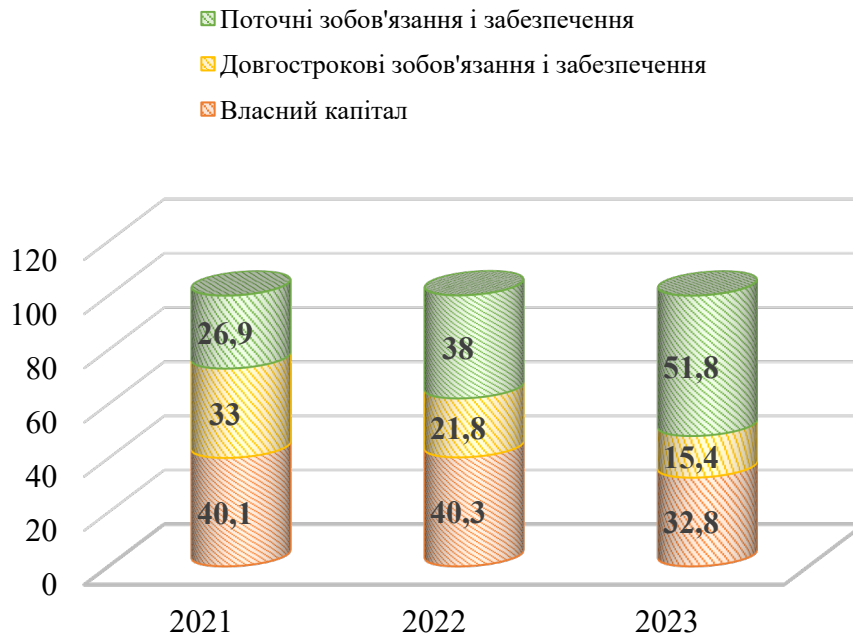


Рисунок 2.3 – Динаміка зміни структури показників пасивів торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» за період 2021-2023 р. р.
(Розроблено автором)

По-друге, проведемо оцінювання фінансово-економічного стану торговельної мережі ТОВ «ЮСК Україна», розрахуємо проаналізуємо основні оціночні коефіцієнти.

Коефіцієнтний аналіз під час оцінки фінансового стану підприємства використовується найчастіше. Він полягає у розрахунку оціночних показників діяльності за різними напрямками діяльності торговельного підприємства. Оскільки під час такого аналізу аналізуються фінансові показники, то можна стверджувати, що коефіцієнтний аналіз є частиною загального фінансового аналізу підприємства, він виявляє взаємозв'язок між фінансовими показниками.

Основними напрямками розрахунків коефіцієнтного фінансового аналізу є наступні: ліквідність, платоспроможність, ділова активність, рентабельність [29]. Кількість проведених розрахунків та кількість

розрахованих показників за напрямками може змінюватись, вона залежить від того яка мета поставлена перед аналітиками для проведення аналізу і на кожному підприємстві для проведення оцінювання формують свій комплекс коефіцієнтів.

Аналіз оціночних фінансових коефіцієнтів є інструментом, що наглядно показує фінансовий стан й перспективи діяльності, розвитку та конкурентоспроможності. Для цього виконується [30]: аналіз продуктивності; оцінювання тенденцій бізнесу; аналіз альтернативних стратегій бізнесу; проведення спостереження за розвитком й прогресом підприємства.

Коефіцієнтним аналізом продуктивності можна оцінити зміни продуктивності за рахунок показників чистого прибутку, капіталу й рівнем витрат підприємства. За рахунок розрахунку фінансових коефіцієнтів проводиться оцінка ліквідності та стабільності компанії за рахунок показників активів та пасивів.

Під час оцінювання ринкових тенденцій бізнесу проводиться динамічний аналіз фінансових показників за декілька років, що забезпечує оцінку результативності трендів відповідно поточної стратегії.

Під час оцінювання альтернативних стратегій бізнесу полягає у зміні запланованих показників у бізнес-плані, що сприяє аналізу альтернативних варіантів щодо розвитку торговельного підприємства.

Під час проведення спостереження за розвитком й прогресом підприємства вибирається оптимальна бізнес-стратегія й проводячи вивчення основних розрахованих оціночних коефіцієнтів, виявляються відхилення показників від запланованих, а також вивчається реалізована стратегія розвитку й відповідність діяльності їй.

Оцінювання фінансового стану торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» проведемо за чотирма визначеними напрямками.

Ліквідність торговельного підприємства є властивістю підприємства погасити свої зобов'язання і перевести у грошові кошти [31]. Оцінка

ліквідності проводиться за такими основними коефіцієнтами швидкої, поточної та абсолютної ліквідності.

Платоспроможність торговельного підприємства оцінюється коефіцієнтом забезпечення власними оборотними коштами, коефіцієнтом маневреності власних оборотних коштів, коефіцієнтом фінансової стійкості.

Ділова активність підприємства характеризує рівень ефективності діяльності торговельного підприємства й швидкість переходу товарів у кошти, обіговість активів підприємства. Це наступні коефіцієнти: ресурсовіддачі, дебіторської та кредиторської заборгованості й власного капіталу.

Оцінювання рентабельності торговельного підприємства є процесом оцінки прибутковості й сприяє виявленню факторів зниження результативності, яка впливає на успіх та ефективність бізнесу [33]. Коефіцієнти, що розраховуються під час оцінювання рентабельності: рентабельність капіталу; рентабельність продукції, рентабельність власного капіталу, період окупності капіталу.

Фінансовий стан підприємства оцінюється наступними коефіцієнтами (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Коефіцієнти для оцінювання фінансового стану підприємства.

Показник	Розрахунок	Нормативне значення
1	2	3
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Сум. грошових коштів й короткострокових вкладень / короткострокові зобов'язання	0,2 – 0,25
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Середньо та високоліквідні оборотні кошти / Поточні зобов'язання	0,6-0,8
Коефіцієнт поточної ліквідності	Оборотні кошти / короткострокові зобов'язання	2 - 3
Коефіцієнт маневреності власних обігових коштів	(Власний капітал – необоротні активи) / Оборотні кошти	>0,1
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	(Власний капітал – необоротні активи) / Оборотні кошти	>0,1
Коефіцієнта автономії	Власний капітал / підсумок балансу	>0,5

Продовження табл. 2.5

Коефіцієнт оборотності активів	Виручка / середньорічна сума активів	збільшення
Коефіцієнт фінансової стійкості	(Власний капітал + Довгострокові зобов'язання) / Сума пасивів	<1 зменшення
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Чиста виручка від реалізації / Середньорічна кредиторська заборгованість	збільшення
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Чиста виручка від реалізації / Середньорічна дебіторська заборгованість	збільшення
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	Дохід (виручка від реалізації) / Власний капітал	збільшення
Рентабельність власного капіталу	Чистий прибуток / Середньорічна вартість власного капіталу	>0 збільшення
Коефіцієнт рентабельності активів (капіталу)	Чистий прибуток / Середньорічна вартість активів	>0 збільшення
Період окупності капіталу	Середньорічна вартість власного капіталу / Чистий прибуток (збиток)	>0 збільшення

За результатами проведеного фінансового аналізу торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» оціночні коефіцієнти свідчать про ефективний розвиток мережі у короткостроковому періоді, оскільки коефіцієнти всі відповідають нормі (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Показники фінансового стану торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» за період 2022-2023 р. р.

Група	Показник	2022 %	2023, %	Абсолютне відхилення 2023/2022 (+/-) п.п.
Показники оцінки стану основних засобів	Частка основних засобів в активах підприємства	19,27	22,91	3,64
Ліквідність	Коефіцієнт поточної ліквідності	0,99	1,5	0,51
	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,79	0,81	0,02
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,92	0,80	-0,92
Оцінка фінансової стійкості	Коефіцієнт фінансової залежності	9,5	11,19	1,69

Продовження табл.2.6

	Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів	8,75	10,19	1,44
	Поточна платоспроможність	0,49	0,8	0,31
Оцінка рентабельності	Рентабельність продукції	88,21	92,79	4,58

Ліквідність, здатність реалізувати швидко свої активи й перевести їх у гроші з метою погасити зобов'язання у досліджуваній період знаходиться в нормі. Коефіцієнт загальної ліквідності складає у 2023 р. 1,5. Це показує можливість ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» погасити вчасно свої борги. Тобто, на 1 грн. боргів підприємства приходить 1,5 грн. активів. Дебіторська заборгованість в активах торговельної мережі складає 27,4%, що означає для підприємства нормальне фінансове становище та можливість повернути кредити. Швидка ліквідність 0,81 – це не високий показник, адже багато коштів вкладено у запаси підприємства. Абсолютна ліквідність характеризується коефіцієнтом 0,8.

Активи підприємства складають в основному грошові кошти, дебіторська заборгованість та запаси. Дебіторська заборгованість погашається вчасно, а запаси у вигляді товарів для реалізації. Зобов'язання представлені кредиторською заборгованістю, але вона погашається вчасно на підприємстві.

ТОВ «ЮСК Україна» має стійкий фінансовий стан на ринку та ефективно функціонує. Вчасно погашає свої зобов'язання. Кредиторська заборгованість не прострочена. Підприємство правильно проводиться контроль грошових потоків за для забезпечення платоспроможності.

2.3 Прогнозування основних фінансових показників діяльності ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»

Під час управління підприємством, впроваджуючи інноваційні технології і у діяльність, доцільно проводити прогнозування основних фінансових показників.

Пропонуємо спрогнозувати для ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» показники доходу та чистого прибутку.

Дохід підприємства – це загальна сума коштів, які підприємство отримує від своєї основної діяльності й інших видів. Цей показник визначає масштаб діяльності підприємства і виступає базою для розрахунків інших показників. Сума доходу показує динаміку бізнесу. Цей показник важливий також і для інвесторів, керівників підприємств й держави з приводу оподаткування.

Чистий прибуток підприємства – це фінансовий результат діяльності підприємства після вирахування всіх витрат і податків з доходу. Це сума, яка залишається у розпорядженні підприємства після виплати всіх обов’язкових платежів. Цей показник є головним показником прибутковості компанії, за ним визначають суму грошових коштів які залишились після всіх витрат і виплат за зобов’язаннями.

За показником чистого прибутку можна оцінити ефективність діяльності компанії на основі фінансового результату після всіх витрат. Також цей показник один із основних у фінансовій звітності, адже на основі нього розраховуються інші оціночні показники.

З метою оцінювання процесу управління на підприємстві та впливу інноваційних технологій на фінансовий стан компанії доцільно проводити прогнозування цих показників.

Прогнозування є процесом наукового виявлення напрямків і результатів розвитку явищ у перспективі, оцінювання показників, які надають характеристику цих явищ у перспективі, або у минулому [33]. Прогнозування показників є інструментом, який забезпечує бачення майбутнього для підприємства, допомагає готуватися до майбутнього зменшувати невизначеність та підвищувати ефективність управління.

Найчастіше під час прогнозування економічних ситуацій використовуються методи екстраполяції. Використання методу екстраполяції полягає у припущенні, що тенденція зміни явища, що досліджується, за певний період часу була збережена в минулому, а також не зміниться і у якомусь

відрізку часу у майбутньому. Такий вид екстраполяції застосовують коли явище змінюється і еволюціонує у стабільних умовах. Також, слід враховувати застосовуючи цей метод прогнозування, що криві які описують проноз є обмеженими, адже ж зміни це не функція часу і закономірності враховують й поточний період. Доцільно в таких обставинах під час прогнозування проаналізувати чинники впливу на тенденцію у майбутньому і визначити напрям розвитку для досліджуваного явища.

Під час проведення прогнозування, якщо явище змінюється швидко, то встановлювати період на який буде розроблятися проноз потрібно на невеликий часовий інтервал. При незначних змінах явища період прогнозування можна обирати більший.

Для встановлення тенденції зміни явища у минулому, час для прогнозу можна визначати обираючи короткий період, оскільки він не типовий за рахунок впливу різних факторів. Обрання великого періоду прогнозування у минулому є не доцільним, тому що можуть відбутися різні істотні зміни. Підсумовуючи, можна стверджувати, що час для обрання прогнозування має бути оптимальним.

Серед методів екстраполяції, для прогнозування явища із незначними змінами у часі ефективним методом прогнозування є метод аналітичного вирівнювання по прямій. Його суть полягає у застосуванні рівняння прямої, яке буде функцією прогнозних значень.

$$y_t = a_0 + a_1 \cdot t, \quad (2.1)$$

де y_t – значення ряду, який описує пряму і його потрібно розрахувати;
 a_0 і a_1 – параметри прямої яка описує проноз (початковий рівень і щорічний приріст)

a_0 – рівень динамічного ряду, а a_1 – параметр, що описує динаміку;

t – порядковий номер періоду (місяць, день, квартал).

Для того, щоб знайти параметри рівняння прямої a_0 і a_1 , слід розв'язати систему нормальних рівнянь використовуючи спосіб найменших квадратів:

$$\begin{cases} \sum y = a_0 n + a_1 \sum t; \\ \sum yt = a_0 \sum t + a_1 \sum t^2, \end{cases} \quad (2.2)$$

Така система спрощується, якщо починати розрахунок часу з середини динамічного ряду таким чином, щоб $\sum t = 0$. І якщо значення t прирівняти до 0, система цих рівнянь спрощується:

$$\begin{cases} \sum y = a_0 n; \\ \sum yt = a_1 \sum t^2. \end{cases} \quad (2.3)$$

$$\text{З цього: } a_0 = \frac{\sum y}{n}; \quad (2.4)$$

$$a_1 = \frac{\sum yt}{\sum t^2} \quad (2.5)$$

Параметри шуканої прямої a_0 і a_1 можна обчислити і іншим способом за допомогою формул:

$$a_0 = \frac{\sum y \cdot \sum t^2 - \sum yt \cdot \sum t}{n \sum t^2 - \sum t \cdot \sum t} \quad (2.6) \quad (2.7)$$

$$a_1 = \frac{n \sum yt - \sum y \cdot \sum t}{n \sum t^2 - \sum t \cdot \sum t}$$

В наших розрахунках під час прогнозування показників доходу і чистого прибутку для ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» для розрахунку параметрів, застосуємо формули (2.6) та (2.7).

Для виконання прогнозування показника «Дохід» компанії ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» спочатку, розробимо розрахункову табл. 2.7 Розрахунки будемо проводити за допомогою пакету Excel. Побудуємо лінійний тренд, та зробимо розрахуємо прогнозні значення показника на 2025 р. й побудуємо за допомогою пакету Excel графік прогнозу показника.

Використовуючи фінансову звітність ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» обираємо показники за останні п'ять років діяльності компанії і отриманий динамічний ряд використовуємо для прогнозування.

Таблиця 2.7 – Розрахунок прогнозного значення показника «Дохід» ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»

Роки	Дохід	t	t ²	y _t	y _t =a ₀ +a ₁ *t
2020	2602104	-2	4	-5204208	2574746,00
2021	3492613	-1	1	-3492613	3681682,50
2022	4773400	0	0	0	4788619,00
2023	6383770	1	1	6383770	5895555,50
2024	6691208	2	4	13382416	7002492,00
Разом:	23943095		10	11069365	4788619,00

Застосовуючи формули 2.4 та 2.5 розраховуємо параметри рівняння прямої:

$$a_0 = 4788619,00$$

$$a_1 = 1106936,50$$

Підставляємо розраховані параметри у рівняння прямої та отримуємо:

$$\hat{y}_t = 4788619 + 1106936,5 \cdot t$$

Для обчислення показника доходу на 2025 р., у рівняння прямої підставляємо t наступного рівня ряду динаміки та отримуємо прогнозне Y станом на 2025 р.

$$Y_{\text{прогнозне 2025 р.}} = 4788619 + 1106936,5 \cdot 3 = 8\,109\,428,5 \text{ тис. грн.}$$

За проведеними розрахунками дохід ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» у 2025 р. збільшиться і складатиме 8 109 428,5 тис. грн. (рис. 2.4)

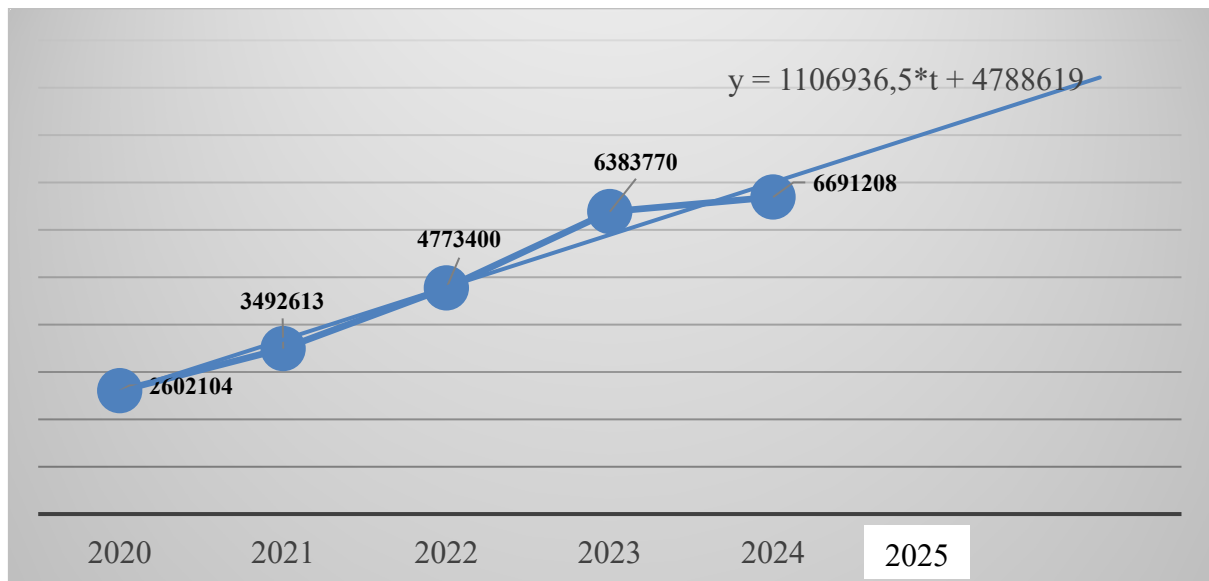


Рисунок 2.4— Прогнозування показника доходу торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» на 2025 р.

За результатами розрахунків і за допомогою графічного методу виявлена тенденція до зростання показника «Дохід» ТОВ «ЮСК Україна», прогнозне значення на 2025 р. склало 8 109 428,5 тис. грн.

Виконавши прогнозування показника «Чистий прибуток» ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» на 2025 р. отримали наступні результати (табл. 2.8)

Таблиця 2.8 – Розрахунок прогнозного значення показника «Чистий прибуток» ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» на 2025 р.

Рік	Дохід	t	t ²	yt	yt=a0+a1*t
2020	404056	-2	4	-808112	458838,20
2021	631043	-1	1	-631043	717368,00
2022	1097298	0	0	0	975897,80
2023	1469731	1	1	1469731	1234427,60
2024	1277361	2	4	2554722	1492957,40
Разом:	4879489		10	2585298	975897,80

Застосовуючи формули 2.4 та 2.5 розраховуємо параметри рівняння прямої:

$$a_0 = 975897,80 \quad a_1 = 258529,80$$

рівняння прямої:

$$\hat{y}_t = 975897,8 + 258529,8 \cdot t$$

Для обчислення показника доходу на 2025 р., у рівняння прямої підставляємо t наступного рівня ряду динаміки та отримуємо прогнозне Y станом на 2025 р.

$$Y_{\text{прогнозне 2025 р.}} = 975897,8 + 258529,8 \cdot 3 = 1\,751\,486,4 \text{ тис. грн.}$$

За розрахунками виявлено тенденцію до збільшення суми прибутку ТОВ «ЮСК УКРАЇНА». Розраховане значення чистого прибутку у 2025 р. складе 1 751 486,4 тис. грн. Розрахунки проводились з використанням пакету Excel. Виконане прогнозування показника графічним методом (рис. 2.5) теж підтверджує тенденцію до збільшення значення показника у 2025 р.

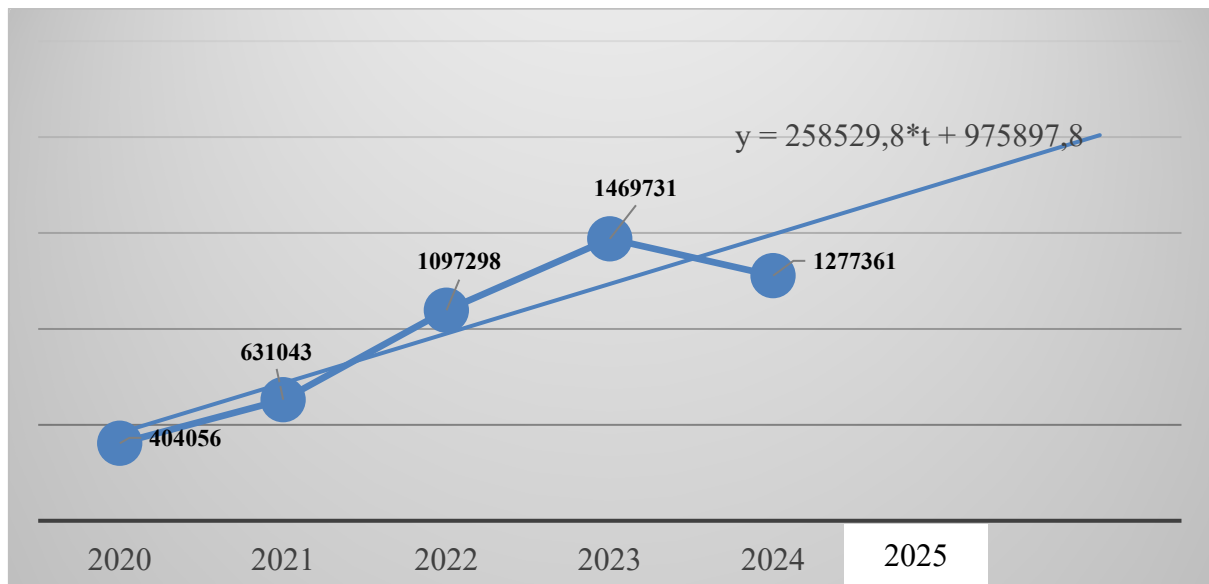


Рисунок 2.5– Прогнозування показника чистого прибутку торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» на 2025 р.

Виконання прогнозування методом екстраполяції для лінійної залежності у Excel надає можливість передбачати значення показників у наступному періоді діяльності підприємства, що в певній мірі допомагає торговельним підприємствам точніше планувати свою діяльність і впровадження інноваційних технологій у діяльність.

Прогнозування показників фінансової діяльності є критично важливим інструментом для ефективного управління підприємством, особливо в торгівлі. За допомогою прогнозування показників у підприємства з'являється можливість заздалегідь виявляти ризики, планувати ресурси та приймати обґрунтовані рішення.

Висновки до розділу 2

У другому розділі досліджено діяльність скандинавської компанії JYSK, що є скандинавською міжнародною мережею яка реалізує товари для облаштування дому й саду. Товари представлені в мережі магазинів онлайн та офлайн. Торговельна мереже має магазини у різних країнах світу, в Україні мережа представлена ТОВ «ЮСК УКРАЇНА».

Для оцінювання економічного стану й ефективності діяльності мережі ТОВ «ЮСК Україна» у розділі кваліфікаційної роботи проведено фінансовий аналіз підприємства. Проаналізована бухгалтерська звітність, виконано вертикальний та горизонтальний аналіз балансу підприємства, на основі чого зроблено оцінювання фінансово-економічної діяльності компанії.

За результатами проведеного дослідження встановлено, що ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» має стійке фінансове становище на ринку, його функціонування ефективне, підприємство має гарний достатній рівень ліквідності та платоспроможності, що свідчить про конкурентоспроможність ТОВ «ЮСК УКРАЇНА».

З метою планування і прийняття виважених управлінських рішень щодо впровадження у діяльність підприємства інноваційних технологій проведено прогнозування основних показників діяльності підприємства – дохід та чистий прибуток. Прогнозування цих показників проведено методом екстраполяції за аналітичним вирівнюванням по прямій. За результатами прогнозування показники мають тенденцію до зростання, що свідчить про розвиток діяльності компанії у поточному періоді та на перспективу.

РОЗДІЛ 3 ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

3.1 Характеристика інноваційних технологій та рекомендації до впровадження у практичну діяльність ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»

Торговельна мережа ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» активно поводить впровадження інноваційних технологій у практичну діяльність, що підвищує ефективність операцій, покращує клієнтський досвід та зміцнює конкурентні переваги компанії. Компанія активно впроваджує сьогодні омнікальні технології, вводить автоматизацію логістичних процесів, застосовує програми аналітики даних для прийняття рішень, інноваційні рішення під час роздрібної торгівлі, впроваджує цифрові технології в обслуговуванні клієнтів.

Омнікальна модель інноваційних технологій ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» створює безкоштовний клієнтський досвід, споживачі мають можливість обирати товари онлайн, перевіряти наявність у фізичному магазині, замовляти з доставкою або замовляти самостійно (click & collect), повертати товар [34;35].

ТОВ «ЮСК Україна» реалізує стратегію у торговельній мережі шляхом введення і розвитку наступних компонент табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Реалізація омнікальної стратегії в торговельній мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»

Складові омнікальної стратегії	Реалізація у ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»
Інтернет-магазин	Повнофункціональний сайт з актуальним асортиментом, акціями, оплатою онлайн
Фізичні магазини	Більше 80 магазинів по Україні, інтегровані з онлайн-системою
Click & Collect	Замовлення онлайн з можливістю безкоштовного самовивозу в магазині
Мобільна версія сайту	Адаптована для зручного користування з будь-якого пристрою
Єдина база товарів	Синхронізація залишків і цін в онлайн та офлайн

Продовження табл. 3.1

Підтримка клієнтів	Єдиний центр обслуговування: дзвінки, чат, email
Оmnіканальний маркетинг	Рекламні кампанії одразу у кількох каналах: соцмережі, email банери, офлайн-точки
Гнучка доставка	Кур'єр, «Нова пошта», самовивіз із магазину або складу

ТОВ «ЮСК Україна» впроваджує у діяльність сучасні технології управління складськими запасами і логістикою, з метою оптимізації процесів постачання й зменшення часу доставки товарів до споживачів. Для компанії «ЮСК Україна» впровадження автоматизації логістичних процесів сприяє скороченню часу обробки замовлень на 30-40%, зменшенню витрат на логістику до 20%, зменшенню помилок у відвантаженні на 90%, підвищенню контролю та аналітики по всьому ланцюгу постачання [36; 37]. Елементи впровадження автоматизації логістичних процесів в торговельній мережі ТОВ «ЮСК Україна» подано у табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Впровадження автоматизації логістичних процесів в торговельній мережі ТОВ «ЮСК Україна»

Технологія	Реалізація у ТОВ «ЮСК Україна»
WMS (Warehouse Management System)	Система управління складом: автоматизація приймання, розміщення, відвантаження, що підвищує точність комплектування до 99%, зменшує витрати часу на інвентаризацію.
RFID (радіочастотна ідентифікація)	Маркування товарів RFID-мітками для автоматичного сканування. Сприяє швидкому відстеженню товарів і зменшенню крадіжки.
TMS (Transport Management System)	Введена у торговельній мережі з метою автоматичного планування маршрутів та контролю транспорту.
Pick-to-Light / Voice Picking	Системи впроваджені на складах для відбору товарів, з метою скорочення помилок.
Інтеграція з ERP та CRM	Складена єдина логістична база зв'язана із продажами, замовленнями клієнтів на основі централізованого управління й прогнозування вимог споживачів.

У своїй діяльності компанія ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» використовує інноваційні програми аналітики даних для прийняття рішень для підвищення

ефективності маркетингу, оптимізації витрат на складах, закупівлю, рекламу. Такі програми сприяють кращому розумінню клієнтів й більш швидкому прийняттю управлінських рішень [38;39; 40]. Технологій та інструменти які впроваджуються у практичну діяльність компанії ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» показані у табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Технології та інструменти аналітики даних для прийняття рішень в компанії ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»

Технології та Інструменти	Реалізація у ТОВ «ЮСК Україна»
BI-системи (Power BI, Tableau)	Візуалізація даних, дашборди для менеджменту
ERP-системи (SAP, Microsoft Dynamics)	Збір і централізація даних з усіх відділів магазину
CRM-системи	Аналітика клієнтів і історії покупок
Big Data + AI	Автоматичні прогнози, рекомендаційні системи
Google Analytics / GA4	Аналіз поведінки онлайн-користувачів
SQL/Excel/Power Query	Робота з масивами даних на рівні аналітиків

Торговельна мережа ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» впроваджує нові формати магазинів з оновленим дизайном та використанням сучасних інноваційних технологій під час продажів з метою покращення досвіду покупців. Використання цих інновацій сприяє скороченню часу доставки товарів клієнтам, підвищується частка транзакцій з використанням CRM (бонусів/персональних пропозицій), зниженню витрат на паперові цінники. Інноваційні рішення під час продажу товарів у торговельній мережі згруповані у табл. 3.4.

Таблиця 3.4 – Інноваційні рішення під час реалізації товарів у торговельній мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»

Технології	Реалізація у ТОВ «ЮСК Україна»
POS-системи нового покоління	Сучасні касові комплекси з аналітикою в реальному часі. Швидше обслуговування клієнтів, контроль операцій
Електронні цінники	Пілотне впровадження ESL (Electronic Shelf Labels)
Мобільні застосунки	Мобільний додаток JYSK для покупок, акцій і бонусів

Продовження табл.

Екологічні рішення	Екологічна упаковка, FSC-сертифікація меблів, логістика з CO ₂ -контролем
Розумні полиці та RFID	Впровадження smart shelf technology у тестових магазинах
Самообслуговування	Каси самообслуговування в магазинах у великих торговельних центрах

Цифровізація каналів обслуговування клієнтів є ще однією інноваційною технологією активно проваджуємо у діяльність торговельної мережі ТОВ «ЮСК Україна». Компанія активно розвиває цифрові канали обслуговування, включаючи чат-боти, онлайн-консультації та персоналізовані пропозиції, які забезпечують високий рівень сервісу й підтримки клієнтів. Такі нововведення відповідають сучасним тенденціям ритейлу та зміцнює ринкові позиції компанії. Характеристика цифрових каналів обслуговування у діяльності ТОВ «ЮСК Україна» представлено у табл. 3.5.

Таблиця 3.5 – Цифрові канали обслуговування у діяльності ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»

Технології	Реалізація у ТОВ «ЮСК Україна»
Чат-боти	Інтелектуальні чат-боти доступні на офіційному сайті JYSK та у Facebook Messenger
Онлайн-консультації (Live Chat)	На сайті JYSK доступна форма живого спілкування з оператором
Персоналізовані пропозиції через (через CRM, e-mail, мобільний додаток)	Збір даних про покупки клієнтів у CRM-системі (історія покупок, обрані товари, демографічні дані). Надсилання персональних e-mail або push-сповіщень зі знижками, нагадуваннями про переглянуті товари, бонусами.

Інноваційні технології які використовує ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» підвищують конкурентоспроможність компанії на ринку й сприяють швидкій реакції бізнесу на зміни та вимоги споживачів. Активне впровадження цифрових інструментів, автоматизації та омнікальних підходів, орієнтовано на ефективність, сталий розвиток і зручність клієнтів, що дозволяє зберігати лідерські позиції на ринку товарів для дому та меблів навіть в умовах високої

конкуренції. Такі впровадження інновацій дозволили компанії ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» у останні роки під час воєнного стану не тільки адаптуватися до складних умов, але й забезпечити стабільне зростання та покращення клієнтського досвіду. На основі відкритих джерел з Інтернету виділені основні ключові показники інноваційного розвитку ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» (рис. 3.1).

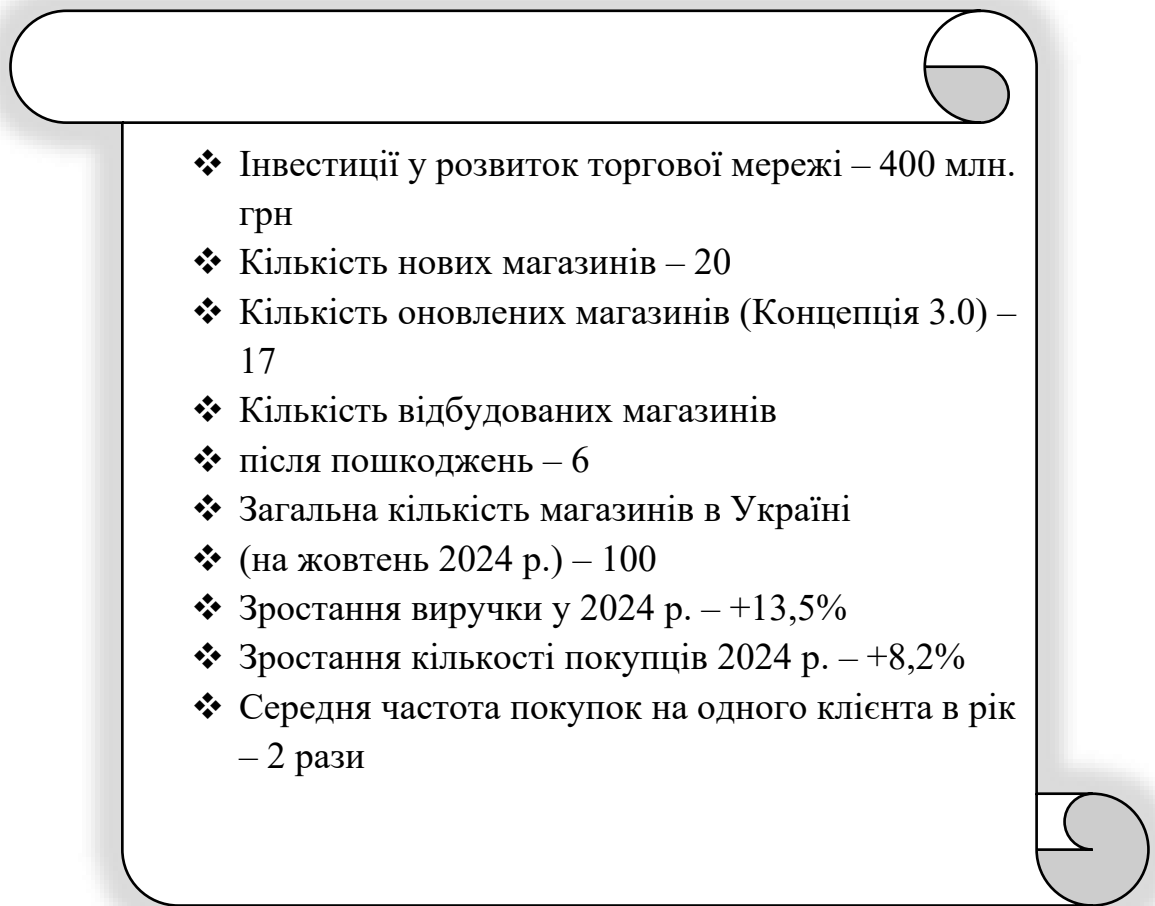


Рисунок 3.1 – Ключові показники інноваційного розвитку ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» за період 2022-2024 р. р. (Розробка автора за [34])

Враховуючи результати досліджень щодо впровадження інноваційних технологій у практичну діяльність компанії ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» враховуючи особливості діяльності компанії, вважаємо надати рекомендації щодо впровадження інновацій.

Отже, вважаємо доцільним наступні рекомендовані дії, щодо впровадження інноваційних технологій у Діяльність ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»:

- з метою підвищення задоволення клієнтів та зростання лояльності запустити мобільний застосунок із персоналізованими пропозиціями, відстеженням замовлень, AR-візуалізацією меблів у інтер'єрі;
- з метою підвищення зростання обсягів продажів і зручності для клієнтів
- інтегрувати онлайн і офлайн-канали: click&collect, онлайн-консультації, самостійне оформлення товару в магазині через кіоск;
- покращити роботизацію складів, продовжити автоматизувати складські процеси (сканери, RFID, безпілотні візки);
- з метою виходу на новий рівень онлайн-шопінгу, залучення молодшої аудиторії створити віртуальний 3D-тур магазину з можливістю вибору товару онлайн;
- починати впроваджувати інновації у діяльність торговельної мережі з пілотних проектів у великих містах України (Київ, Львів, Харків);
- залучати під час впровадження відгуки споживачів;
- проводити тренінги персоналу для навчання з користування новими системами;
- використовувати можливість залучення грантів державних або європейських на цифровізацію та сталий розвиток.

3.2 Формування інноваційної політики торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»

Для досягання успіху на міжнародних ринках торговельному підприємству потрібно постійно підвищувати свій інноваційний потенціал, впроваджувати новітні технології. Для управління інноваційними процесами і впровадженням інноваційних технологій у торговельну діяльність важливо дотримуватися інноваційної політики підприємства. Сучасна інноваційна політика має бути сформована і впроваджена на торговельному підприємстві з метою підвищення ефективності торговельної діяльності, забезпечення

конкурентоспроможності підприємства й направлена на сталий розвиток підприємства.

Суть інноваційної політики торговельного підприємства полягає у цілеспрямованій діяльності з упровадження нових інноваційних технологій, рішень, процесів і форматів у всі аспекти торгівлі, що спрямована на підвищення ефективності бізнесу, задоволеність клієнтів, конкурентоспроможність і сталий розвиток.

Швидкість, з якою компанія впроваджує інновації, залежить від точності та чіткості завдань, які менеджери ставлять перед командою, що впроваджує інновації. Важливим є також спосіб, у який приймаються рішення щодо впровадження інновацій в організації. Не менш важливим є те, як інформація передається з нижчих рівнів на вищі та з вищих на нижчі. У процесі впровадження інновацій всі рівні системи управління повинні працювати злагоджено, як живий організм [41].

Під час впровадження інноваційних змін на торговельному підприємстві набуває змін і поведінка персоналу, необхідним с такій ситуації стає готовність кожного до цих змін і роботи в нових умовах.

Формуючи інноваційну політику важливим є й формування інноваційного потенціалу підприємства. Важливо правильно прийняти управлінські рішення стосовно діяльності підприємства та організаційної структури, змін в технологічних процесах. Адже організаційні структури підприємств, які конкурентоспроможні на міжнародних ринках завжди із високим інноваційним потенціалом. Формуючи інноваційну політику торговельного підприємства потрібно враховувати особливості інноваційної діяльності, серед яких її динамічність, складність, наукомісність, ієрархічність [42].

Використання інноваційних технологій у діяльності торговельного підприємства дозволяє вирішувати тактичні й стратегічні завдання: оптимізувати запаси, полегшити пошук цільових ринків збуту, сформувати лояльність споживачів до компанії, підвищити конкурентоспроможність та стійкість торговельного підприємства на міжнародному ринку. Інноваційні

технології, інтегровані в корпоративну систему управління підприємством, використовують інноваційні інструменти для адаптації бізнес-процесів до мінливих ринкових економічних умов [43].

Основною метою інновацій у торгівлі є забезпечення високої якості процесу купівлі-продажу та покращення товароруку, якості обслуговування та організації діяльності компанії. Важливим є створення необхідних умов для підвищення продуктивності праці, зниження витрат і підвищення загальної ефективності бізнесу, а також впровадження технологій, що дозволяють більш ефективно використовувати склади, торгові площі, складське обладнання, вантажно-розвантажувальну техніку, програмні продукти, які допомагають ефективно обробляти операційні дані та аналізувати інформацію про роботу співробітників.

Інноваційна політика торговельного підприємства має наступні основні особливості: стратегічна орієнтація, цілі мають бути сформовані на перспективу на основі цифровізації та автоматизації та адаптації до міжнародних ринків; упровадження інновацій, використовуючи новітні рішення; орієнтація на клієнта має забезпечуватися на створені персоналізованого досвіду, використання даних для кращого обслуговування; сталий розвиток торговельного підприємства, який забезпечується на основі екологічних ініціатив, енергоефективності, відповідального управління ресурсами; гнучкість та адаптивність політики має враховувати зміни на ринках, технологічні тренди й поведінку споживачів; має бути направлена на підвищення продуктивності.

Для підвищення ефективності розвитку інноваційної діяльності компанії ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» потрібно формувати виважену інноваційну політику. Доцільно також, чітко розуміти логіку й послідовність структури етапів розробки та реалізації інноваційної політики торговельної мережі.

Пропонуємо для торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» алгоритм формування та реалізації інноваційної політики підприємства.

Пропонуємо процес формування інноваційної політики розділити на послідовні етапи.



Рисунок 3.2 – Алгоритм формування та реалізації інноваційної політики торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» (Розроблено автором)

Так, *першим* етапом розробки інноваційної політики для компанії має бути етап на якому проводиться аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища. Під час аналізу вивчається ринок, конкуренти, партнери, існуючі на ринках технологічні тренди. Також необхідно проведення оцінювання поточних ресурсів підприємства, інфраструктури та рівня цифровізації суб'єкта господарювання.

На *другому* етапі формування інноваційної політики ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» мають бути визначені стратегічні цілі. Мають визначатися

довгострокові та середньострокові цілі інноваційного розвитку торговельної мережі.

Третій етап передбачає вибір пріоритетних напрямків інновацій, а саме автоматизація логістики, диджитал-маркетинг, електронна комерція, впровадження торговельних технологій, CRM/ERP, стає управління ресурсами.

На наступному *четвертому* етапі мають бути оцінено потенціал торговельної компанії та ризики щодо впровадження інноваційних технологій. Має бути проведено техніко-економічне обґрунтування інновацій, які впроваджуються або плануються до впровадження, проведено аналіз витрат, очікуваних результатів і можливих викликів та загроз [44].

П'ятий етап. Інноваційна політика обов'язково має включати етап планування інновацій та ресурсів торговельного підприємства. Розробка плану впровадження інновацій має включати наступні елементи: строки, відповідальних виконавців, запланований бюджет, визначені джерела фінансування, технічну базу.

На *шостому* етапі має визначатися процес впровадження інноваційних рішень, на якому повинні реалізовуватися пілотні проєкти, розглядатися та реалізовуватися ІТ-рішення, має відбуватися модернізація процесів та проводитись навчання персоналу.

Сьомий етап включає моніторинг, контроль та оцінку ефективності інноваційних технологій. Оцінювання має проводитись на основі вимірювання показників ефективності (KPI): зростання продажів, рівень задоволеності клієнтів, рентабельність інновацій [45; 46].

Останній *восьмий* етап розробки інноваційної політики ТОВ «ЮСК Україна» має бути присвячений адаптації політики та масштабуванню. На цьому етапі мають коригуватися підходи до впровадження інновацій, успішні рішення мають бути впроваджені у всі філії торговельної мережі або її підрозділи, також мають інтегруватися нові ініціативи.

Інноваційна політика ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» яка може бути сформована за визначеними етапами сприятиме створенню інноваційного середовища, що забезпечує стійкий розвиток підприємства, задовольняє запити ринку і формує довготривалі конкурентні переваги.

3.3 Шляхи покращення результативності застосування інноваційних технологій у міжнародній торгівлі України.

Міжнародна торгівля України зазнає трансформацій внаслідок викликів глобальної конкуренції, цифровізації, воєнного стану та зміни логістичних ланцюгів. Використання інновацій стає ключовим фактором ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Ключовим у підвищенні результативності застосування інноваційних технологій у міжнародній торгівлі України відіграє підтримка цифрової інфраструктури та стартапів державою. Це можуть бути різні гранти, податкові пільги для торговельних підприємств, що впроваджують інновації, використання додатку «Дія. Бізнес», тощо. Зазначене сприяє зменшенню фінансового тиску торговельні підприємства які впроваджують інноваційні ідеї та технології [46]

Важливим під час інноваційного процесу є створення партнерств між бізнесом і інноваційними центрами, що є співпрацею торговельних підприємств з науково-дослідними установами, технопарками, бізнес-інкубаторами, ІТ-компаніями та стартапами з метою впровадження новітніх технологій, розробки інноваційних продуктів і вдосконалення процесів у сфері торгівлі. Це забезпечує переваги для бізнесу у вигляді швидкого доступу до інновацій та технологій, більш ефективними стають індивідуальні розробки під потреби компанії, виникає можливість залучення грантів на впровадження, підвищується конкурентоспроможність. Прикладом партнерства компанії «ЮСК Україна» є співпраця із українськими ІТ-компаніями у сфері

автоматизації логістики та клієнтського досвіду. У додатку «Дія. Бізнес» надає платформу для нетворкінгу та співпраці малого бізнесу з інноваційними хабами.

Перспективним напрямом для підвищення ефективності Української торгівлі на міжнародних ринках є тісна співпраця з країнами Європи у галузі інноваційної діяльності й впровадження новітніх технологій. Ефективність розвитку інновацій на міжнародному ринку має забезпечуватися спільними проектами, навчальними програмами щодо застосування інновацій. За допомогою таких дій відбувається адаптація європейських практик в Україні. Також, перспективною є інтеграція загальноприйнятих міжнародних стандартів якості, сертифікації товарів, наприклад стандарти ISO, екології (EMAS), логістики (GS1). Сертифікація товарів також має відповідати міжнародному рівню та вимогам цільових ринків (CE, FDA, REACH). Доцільно проводити інтеграцію системи митного спрощення, як наприклад АЕО, авторизованого економічного оператора [47;48].

Важливе місце у підвищенні результативності інноваційної діяльності України на міжнародному ринку є розвиток науково-дослідної діяльності. Стимулювання наукових розробок у сфері зовнішньої торгівлі є необхідним елементом підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародних ринках. Стимулювання наукових розробок є комплексом дій держави, бізнесу та академічної спільноти, спрямованих на розвиток інновацій, удосконалення торговельної політики, логістики, аналітики ринків і впровадження сучасних цифрових рішень у ЗЕД (зовнішньоекономічну діяльність). Стимулювання наукових розробок у сфері зовнішньої торгівлі є ключом до конкурентоспроможності України на глобальному ринку. Системна підтримка науки сприяє створенню ефективних інструментів цифрової торгівлі, логістики, маркетингу та аналітики, необхідних для стійкого розвитку експорту [49; 50; 51].

Важливим є розвиток інноваційної культури та управління персоналом. В торговельних компаніях для успішного ведення бізнесу на міжнародній

арені має формуватися інноваційне мислення в команді, підвищуватися інвестування в безперервне навчання персоналу. Необхідним також є розробка освітніх програм в контексті зовнішньої торгівлі спрямовані на підготовку фахівців, здатних працювати з цифровими інструментами, управляти ЗЕД-процесами, аналізувати ринки та впроваджувати інновації. Це важливий чинник для підвищення конкурентоспроможності підприємств на глобальному ринку.

Важливим аспектом є забезпечення доступу інноваційних компаній, які планують вихід на міжнародні ринки, до фінансування. Розвиток схем банківського кредитування та інвестиційних фондів допоможе підтримати стартапи, що спеціалізуються на інноваціях та технологіях. Залучення міжнародних інвесторів та партнерів також може стати важливим кроком на шляху до зростання, оскільки інвестиції допомагають розвивати інноваційну інфраструктуру та забезпечувати стаке зростання в умовах глобальної конкуренції.

Сучасним напрямком торговельних компаній є орієнтація на сталий розвиток, що також сприяє підвищенню результативності інноваційної діяльності України на міжнародному ринку. Основними аспектами діяльності у напрямку сталого розвитку на торговельному підприємстві є зниження CO₂ у логістиці, використання еко-дизайну та відповідальної упаковки, прозора корпоративна соціальна відповідальність для підвищення довіри на міжнародних ринках.

Отже, успіх в міжнародній інноваційній системі потребує від українських торговельних підприємств гнучкості, інноваційності, глобального мислення, цифрової підготовки та відповідності стандартам міжнародного ринку. Серед основних шляхів покращення результативності застосування інноваційних технологій у міжнародній торгівлі України слід виділити (рис.3.3):

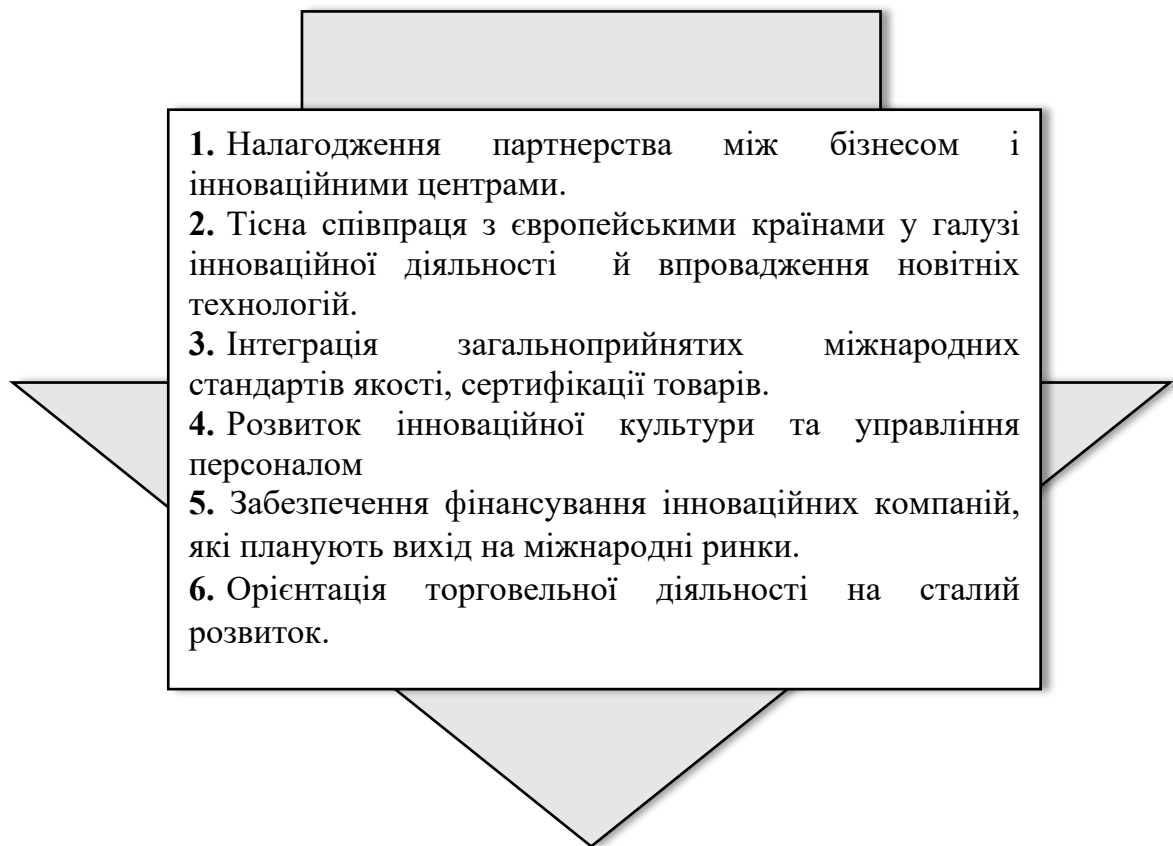


Рисунок 3.3 – Шляхи покращення результативності застосування інноваційних технологій у міжнародній торгівлі України
(Розроблено автором)

Підсумовуючи досліджене, слід зазначити, що інновації в міжнародній торгівлі України – це не лише технології, а й зміна філософії ведення бізнесу. Системне впровадження цифрових рішень і підтримка держави дозволять посилити позиції України на глобальних ринках, особливо в умовах післявоєнного відновлення.

Висновки до розділу 3

З метою підвищення ефективності діяльності та конкурентоспроможності торговельна мережа ТОВ «ЮСК Україна» активно впроваджує інноваційні технології у свою діяльність. Серед основних технологій, що впроваджуються у сьогодення визначено та досліджено

наступні: омнікальні технології, автоматизація логістичних процесів, програми аналітики даних, інноваційні рішення під час роздрібної торгівлі, цифрові технології в обслуговуванні клієнтів. У роботі, враховуючі аналіз інновацій на підприємстві запропоновано основні рекомендації з їх впровадження.

Зазначено, що з метою управління інноваційною діяльністю та впровадженням інноваційних технологій важливим елементом управління є інноваційна політика підприємства. Тому для торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» з метою підвищення ефективності торговельної діяльності з напрямку впровадження інновацій важливим є формування вираженої інноваційної політики. Для цього розроблено та запропоновано алгоритм формування та реалізації інноваційної політики торговельної мережі.

Для підвищення ефективності розвитку інноваційної діяльності компанії ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» потрібно формувати виражену інноваційну політику. Доцільно також, чітко розуміти логіку й послідовність структури етапів розробки та реалізації інноваційної політики торговельної мережі.

З метою покращення результативності впровадження інноваційних технологій у міжнародній торгівлі України досліджено та запропоновано шляхи її покращення.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджено суть понять «інноваційна діяльність» і «інновації в торгівлі», виділені особливості визначень науковців щодо цих понять. Також подано визначення торговельної інновації, під якою розуміють змінну, що відбувається під час використання наукових досягнень, досліджень й розробок, які впроваджуються у діяльність підприємства для вдосконалення торговельних послуг, економічних і соціальних відносин у товарному обігу.

Зазначено, що інноваційна діяльність підприємства торгівлі сприяє розвитку сучасного підприємства, його конкурентоспроможності на ринку.

Під час дослідження виділені основні ознаки інноваційної діяльності підприємств торгівлі та її особливості, які обумовлюються тенденціями розвитку галузі. Впровадження інноваційних технологій у торговельну діяльність підприємств має суттєвий вплив на трансформацію цієї галузі, шляхом підвищення ефективності торгово-технологічних процесів, конкурентоспроможності та орієнтації на споживача. Ключовими аспектами такого впливу є наступні: підвищення ефективності бізнес-процесів на торговельному підприємстві; покращення досвіду клієнтів (Customer Experience); забезпечення зростання обсягів продажів; якісний аналіз і формування виважених управлінських рішень; розширення ринків та географії торгівлі; підтримка загальної концепції сталого розвитку. Значущий вплив сучасні інноваційні технології мають і на зростання продажів.

В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій інновації стають ключовим чинником підвищення ефективності діяльності торговельних компаній. Світовий досвід свідчить про те, що компанії, які активно впроваджують інноваційні технології, отримують конкурентні переваги, зміцнюють лояльність клієнтів і покращують фінансові показники. Інноваційні технології у сучасному міжнародному торговельному бізнесі є життєвою необхідністю для успішного функціонування компаній на ринку. Причини такої необхідності проявляються у значущості інноваційних технологій, що полягає у наступному, вони: підвищують

ефективність та продуктивність процесів у міжнародному бізнесі; сприяють залучанню та отриманню клієнтів із різних куточків світу; забезпечують ефект пристосування до змін бізнес-середовища; є можливостями для ведення торговельного бізнесу на нових міжнародних ринках; формують та розвивають інноваційне мислення та креативність.

В роботі виділено напрямки впровадження інноваційних технологій у торговельну діяльність на міжнародних ринках на прикладі великих міжнародних торговельних компаній.

Впровадження інноваційних технологій у процес діяльності торговельного підприємства досліджено на прикладі міжнародної торговельної мережі JYSK. Вона є скандинавською міжнародною мережею яка піклується про будинок та сад, запропоновуючи їх облаштування з 1979 року. У теперішній час торговельну мережу JYSK входить більше 3400 магазинів у 48 країнах світу. В Україні компанія представлена торговельною мережею ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» до якої входить 100 магазинів на території України.

Фінансовий стан торговельного підприємства є важливим критерієм його фінансово-економічної діяльності в роботі проаналізовано фінансовий стан торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» за період 2022-2024 р.р. Проведено вертикальний і горизонтальний аналіз балансу підприємства за даними отриманими із фінансової звітності, що у відкритому доступі в Інтернет. Також проведено коефіцієнтний аналіз під час оцінки фінансового стану підприємства розраховані оціночні показники діяльності: ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та рентабельності діяльності.

За результатами проведеного фінансового аналізу торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» оціночні коефіцієнти свідчать про ефективний розвиток мережі у короткостроковому періоді, оскільки коефіцієнти всі відповідають нормі. ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» має стійкий фінансовий стан на ринку та ефективно функціонує. Вчасно погашає свої зобов'язання. Підприємство правильно проводиться контроль грошових потоків за для забезпечення платоспроможності.

Під час управління підприємством, впроваджуючи інноваційні технології і у діяльність, доцільно проводити прогнозування основних фінансових показників. Виконано прогнозування показників доходу та чистого прибутку застосовуючи метод екстраполяції аналітичного вирівнювання по прямій. За результатами прогнозування виявлено тенденцію до зростання показників у майбутньому періоді 2025 р.

Для досягання успіху на міжнародних ринках торговельному підприємству потрібно постійно підвищувати свій інноваційний потенціал, впроваджувати новітні технології. Торговельна мережа ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» активно впроваджує сьогодні у діяльність омнікальні технології, вводить автоматизацію логістичних процесів, застосовує програми аналітики даних для прийняття рішень, інноваційні рішення під час роздрібно́ї торгівлі, впроваджує цифрові технології в обслуговуванні клієнтів.

Враховуючи результати досліджень щодо впровадження інноваційних технологій у практичну діяльність компанії ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» та особливості діяльності компанії запропоновано рекомендації щодо впровадження інноваційних технологій у торговельну діяльність.

З метою управління інноваційною діяльністю компанії і впровадженням інновацій важливо дотримуватися інноваційної політики підприємства. Для торговельної мережі ТОВ «ЮСК УКРАЇНА» запропоновано алгоритм формування та реалізації інноваційної політики. Виділені основні етапи її формування та реалізації.

Застосування інноваційних технологій у діяльності торговельного підприємства є ключовим фактором ефективності його міжнародної діяльності. У роботі досліджено вплив ключових чинників на міжнародну торгівлю України й визначені перспективні напрямки підвищення ефективності української торгівлі, а також визначені шляхи покращення результативності застосування інноваційних технологій у міжнародній торгівлі України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. Ст. 1. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення 01.04.2024)
2. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. Київ: Києво-Могилянська Академія, 2011. 244 с. URL: <https://chtyvo.org.ua/>
3. Покропивний С. Ф. Інноваційний менеджмент у ринковій системі господарювання / С. Ф. Покропивний // Економіка України. – 1995. – № 2. – С. 24 .
4. Rogers E. M. Diffusion of Innovations (5th ed.). Free Press, 2003. 5 с.
5. Diamond G. The Innovator's Guide to Growth. Harvard Business Review Press, 2006. 41 с.
6. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / 171 Економічний вісник Донбасу № 3 (21), 2010 О. О. Поліщук А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – К. : Знання, 2007. – 1027 с.
7. Поліщук О. Сутність поняття «інноваційна діяльність» як соціально-економічної категорії URL: <http://www.evd-journal.org/download/2010/2010->
8. Чичкало-Кондрацька І.Б. Міжнародна інноваційна діяльність: навчальний посібник / І.Б. Чичкало-Кондрацька, А.А. Буряк – Полтава: ПолтНТУ іменіЮрія Кондратюка, 2018. – 95 с.
9. Серeda С.А. Розвиток інноваційних бізнес-технологій у торговельно-технологічних системах: сучасні напрямки / С.А. Серeda, Л.Б. Демідчук / Entrepreneurship and Trade. № 39, 2023 URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/download/1495/1406/>
10. Блондо Э. Инновации в розничной торговле / Э. Блондо // Бизнес-журнал. – 2005. – № 4. – С. 48–51.
11. Бокий А. В. Бізнес-технологія омніканального маркетингу в управлінні підприємством Економіка і організація управління № 1(53) (2024) <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/15994>

12. Інноваційні тренди роздрібної торгівлі у 2019 році. URL: <https://blog.bvblogic.com/uk/innovaciyni-trendyrozdribnoyi-torhivli-u-2019-roci/>
13. Єрмак С. О. Торгово-технологічні інновації в торгівлі на сучасному етапі розвитку України. Ефективна економіка. 2014. № 11
14. Технології в роздрібній торгівлі : як покращити якість магазинів та залучити клієнтів. URL: <https://seo-evolution.com.ua/blog/poleznye-sovety/tehnologiyi-v-rozdrilbniy-torgivli>
15. Нові технології в торгівлі: як Novus впроваджує інновації URL: https://stud-point.com/blog/it_life/novi-tekhnohohiyi-v-torhivli-yak-novus-
16. Федулова І. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: виклики воєнного часу : [Електронний ресурс] : тези доп. XIV Міжнар. бізнес-форуму (Київ, 23 берез. 2023 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. – 197 с.
17. Кулеша К.А. Впровадження інноваційних методів та технологій продажів у діяльність підприємства / К.А. Кулеша, З.М. Андрушкевич, О.В. Остапчук / Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. №5, 2019. С. 157-162
18. 10 найцікавіших інновацій які сьогодні змінюють світ URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/10-najczikavishyh-innovaczij-2022-yaki-vzhe->
19. Група JYSK URL: <https://jysk.ua/vse-pro-jysk>
20. Звіт про управління ТОВ «ЮСК Україна» URL: <https://jysk.ua/zvit-pro-upravlinnya-tov-yusk-ukrayina>
21. URL: <http://www.jysk.com/mission-statement>
22. ТОВ «ЮСК Україна» <https://youcontrol.com.ua/>
23. ТОВ «ЮСК «Україна» <https://opendatabot.ua/c/37642136>
24. Jysk відкриє 100-й магазин в Україні у жовтні та анонсує ще дев'ять у 2025-му <https://forbes.ua/news/jysk-vidkrie-100-y-magazin-v-ukraini-u->
25. Петрова В. Ф. Конспект лекцій з дисципліни «Фінансовий аналіз» (для студентів заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст та слухачів другої вищої освіти спеціальності 7.03050901 – Облік і аудит) / В. Ф.

Петрова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 138 с

26. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : підручник / А. М. Поддєрьогін. – Київ : Центр учбової літератури, 2021. – 528 с.

27. Магопець О.А., Шалімова Н.С., Черновол О.М. Фінансовий аналіз: видання 2-ге виправлене і доповнене. – Кропивницький: ЦНТУ. 2022 р. 230 с. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/4c90838a-0458-4495-8ee4->

28. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. №996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996->

29. Стацук Е. В. Індикаторний підхід в оцінюванні стану фінансової безпеки акціонерних товариств / URL: <https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/7386/1/30.pdf>

30. Аналіз фінансових коефіцієнтів / URK: <https://livingfo.com/analiz-finansovykh-koefitsiientiv/>

31. Закаблук Г. О. Дослідження динаміки показників фінансово-економічного стану промислових підприємств на засадах інтегрального оцінювання / URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=6144&i=6>

32. Рентабельність підприємства / URL: <https://online.novaposhta.education/blog/rentabelnist-pid>

33. Галушак М. П., Галушак О. Я., Кужда Т. І. Прогнозування соціально-економічних процесів: навчальний посібник для економічних спеціальностей. – Тернопіль: ФОП Паляниця, 2021. – 160 с

34. JYSK Ukraine. Офіційний сайт компанії JYSK Україна URL: <https://jysk.ua;>

35. Кабак, Л. П. Омніканальна торгівля як форма сучасного ритейлу / Л. П. Кабак // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2022. – № 2. – С. 110–115.

36. Мельник, О. Г. Цифрові технології в логістиці та управлінні ланцюгами постачань / О. Г. Мельник // Економіка та держава. – 2021. – № 10. – С. 45–48.;

37. HBR. Using Analytics to Improve Customer Experience // Harvard Business Review, 2023. URL: <https://hbr.org>
38. Квасницька Р. С. Сучасні інформаційні системи в управлінні підприємством // Економічний вісник університету. – 2022– № 3(47). – С. 85–89.
39. Харитонova І. М. Бізнес-аналітика у цифрову епоху // Бізнес Інформ. – 2021. – № 10. – С. 41–45.
40. Андрушків Б. М. Управління на основі даних (data-driven management) / Б. М. Андрушків // Наукові записки. – 2022. – № 1(61). – С. 73–78.
41. Декалюк О.В. Управління інноваційною діяльністю торговельних підприємств / О.В. Декалюк, В.М Нянько, Н.В. Плосконос // Інноваційна економіка, 4, 2023. С. 148-153. URL: <https://inneco.org/index.ph>
42. Товарна інноваційна політика підприємства: навч. посібник / Сагайдак Ю.А., Скопенко Н.С., Петухова О.М., Харченко Т.Б. К.: ФОП Ямчинський О.В, 2022. 193 с URL: Товарна інноваційна політика підприємства: навч. посібник / Сагайдак Ю.А., Скопенко Н.С., Петухова О.М., Харченко Т.Б. К.: ФОП Ямчинський О.В, 2022. 193 с
43. Іжевський П.Г., Потапова Н. Формування інвестиційного механізму забезпечення інноваційного розвитку суб'єкта господарювання. Modeling the Development of the Economic Systems. 2023. № 1. URL: <https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/161>.
44. Федулова Л. Інноваційність розвитку сфери торгівлі URL: Товарна інноваційна політика підприємства: навч. посібник / Сагайдак Ю.А., Скопенко Н.С., Петухова О.М., Харченко Т.Б. К.: ФОП Ямчинський О.В, 2022. 193 с
45. Зозульов О. В. Сучасні інноваційні технології в торгівлі: тенденції та перспективи // Економіка та держава. – 2023. – № 4– С. 55–59.
46. Кравченко С. О., Сало Ю. В. Інноваційний розвиток підприємств у сфері торгівлі : монографія. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 298 с.
47. Войчак А. В. Стратегічний маркетинг : підручник / А. В. Войчак. – Київ : КНЕУ, 2019. –592 с.

48. Інноваційна діяльність підприємств у 2022 році : статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – Київ, 2023. URL: <https://ukrstat.gov.ua>
49. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19>
50. Дія. Бізнес. Освітні та інноваційні можливості для підприємців. – URL: <https://business.diia.gov.ua>
51. Шевчук В. О. Інноваційна політика у сфері зовнішньої торгівлі: тенденції та перспективи розвитку // Економіка та держава. – 2022. – № 11. — С. 45–49.
52. Господарський кодекс України. Ч. 1, ст. 327. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
53. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Г. О. Крамаренко. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. – 332 с. Савицька Г. В. Аналіз господарської діяльності підприємства : підручник. – К. : Знання, 2019. – 416 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Додаток 1
до Національного положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"

Підприємство Товариство з обмеженою відповідальністю "ЮСК УКРАЇНА"

Територія Печерський район м. Києва

Територія	Дніпропетровський район м. Дніпро
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю

Вид економічної діяльності	Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах
----------------------------	---

Середня кількість працівників 2

Адреса, телефон вулиця Іоанна Павла II, буд. 21, м. КИПВ, 01042

Описати виміру: тис. грн. без десятикового знаку (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "V" у відповідній клітинці):

за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2023 р.

Форма №1 Кас за ДКУД 1801001

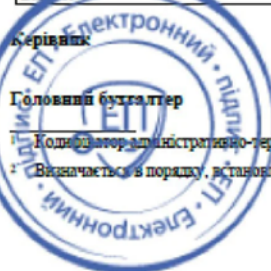
А К Т И В	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
І	2	3	4
І. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	-	-
первісна вартість	1001	42	-
накопичена амортизація	1002	42	-
Незмешані капітальні інвестиції	1005	27 078	43 115
Основи засоби	1010	823 196	952 211
первісна вартість	1011	1 286 001	1 581 923
знос	1012	462 805	629 712
Інвестиційні нерухомість	1015	-	-
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	-	-
знос інвестиційної нерухомості	1017	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	-	-
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	-	-

Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-
інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	4 053	2 951
Відстрочені податкові активи	1045	-	949
Гудвіл	1050	-	-
Відстрочені аквизиторні витрати	1060	-	-
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	-	-
Інші необоротні активи	1090	3 468	3 988
Усього за розділом I	1095	857 795	1 003 214
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	610 646	618 022
виробничі запаси	1101	15	-
незвернене виробництво	1102	-	-
готова продукція	1103	-	-
товари	1104	603 631	618 022
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Депозити перестрашування	1115	-	-
Векселі одержані	1120	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	2	13 413
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	6 734	895 902
з бюджетом	1135	5 346	1 176
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	12 807	5 877
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	-	-
Інші поточні дебіторська заборгованість	1155	500	242
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	1 114 423	1 801 973
готівка	1166	9 238	9 486
рахунки в банках	1167	1 105 185	1 792 487
Витрати майбутніх періодів	1170	818	1 126
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	-	-
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181	-	-
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	-	-
резервах незароблених премій	1183	-	-

інших страхових резервах	1184	-	-
Інші оборотні активи	1190	4 111	-
Усього за розділом II	1195	1 755 387	3 337 731
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	2 613 182	4 340 945

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1	1
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	-	-
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
емісійний дохід	1411	-	-
накопичен курсові різниці	1412	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1 052 562	1 424 995
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Вилучений капітал	1430	(-)	(-)
Інші резерви	1435	-	-
Усього за розділом I	1495	1 052 563	1 424 996
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Пенсійні зобов'язання	1505	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	569 460	667 966
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
благочинна допомога	1526	-	-
Страхові резерви	1530	-	-
у тому числі:	1531	-	-
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	-	-
резерв незароблених премій	1533	-	-
інші страхові резерви	1534	-	-
Інвестиційні контракти	1535	-	-
Призовий фонд	1540	-	-
Резерв на виплату дяків-поту	1545	-	-
Усього за розділом II	1595	569 460	667 966
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			

Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Векселі видані	1605	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	88 414	51 745
товари, роботи, послуги	1615	148 906	234 031
розрахунками з бюджетом	1620	20 479	112 845
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	64 408
розрахунками зі страхування	1625	4 418	3 762
розрахунками з оплати праці	1630	23 695	24 577
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	43 904	70 612
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	631 043	1 728 341
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	-	-
Поточні забезпечення	1660	21 867	20 648
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	8 433	1 422
Усього за розділом III	1695	991 159	2 247 983
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	-	-
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	-	-
Баланс	1900	2 613 182	4 340 945



ЕП Бо Ян
ЕП Гриван
Оксана
Василівна

Бо Ян

Гриван Оксана Василівна

Головний бухгалтер

Головний автор адміністративно-територіальних одиноків та територій територіальних громад

Визначено в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Додаток Б

ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»
ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЗА РІК, ЩО ЗАКІНЧИВСЯ 31 ГРУДНЯ 2021 РОКУ
(у тисячах українських гривень, якщо не вказано інше)

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН

Додаток 1
до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку
1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

Підприємство Товариство з обмеженою відповідальністю "ЮСК УКРАЇНА" Дата (рік, місяць, число) 2022 01 01
Територія Печерський р-н м. Києва за ЄДРПОУ 37842136
Вид економічної діяльності Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах за КОАТУУ 8038200000
Середня кількість працівників 662 за КОПФГ 240
Адреса, телефон Вулиця Юанна Павла II, буд. 21 м. Київ 01042 за КВЕД 47.19

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
за міжнародними стандартами фінансової звітності

КОДИ		
2022	01	01
37842136		
8038200000		
240		
47.19		

v

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31 грудня 2021 р.

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На 31 грудня 2021	На 31 грудня 2020 (аудит не проводився)	На 1 січня 2020 (аудит не проводився)	Примітки
1	2	3	4	5	6
I. Необоротні активи					
Нематеріальні активи	1000	-	2	12	
первісна вартість	1001	42	41	41	
накопичена амортизація	1002	(42)	(39)	(29)	
Незавершені капітальні інвестиції	1005	33 436	14 768	3 058	7
Основні засоби	1010	871 881	582 523	480 929	7
первісна вартість	1011	1 182 323	758 024	529 757	
знос	1012	(310 442)	(175 501)	(68 828)	
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-	-	
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-	-	
Довгострокові фінансові інвестиції:		-	-	-	
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	-	-	-	
інші фінансові інвестиції	1035	-	-	-	
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	3 291	1 013	243	
Відстрочені податкові активи	1045	2 700	2 010	-	18
Інші необоротні активи	1090	1 321	1 493	2 596	6
Усього за розділом I	1095	912 629	601 809	466 838	
II. Оборотні активи					
Запаси	1100	441 775	330 581	239 569	8
Виробничі запаси	1101	856	28	1 838	
Незавершене виробництво	1102	-	-	-	
Готова продукція	1103	-	-	-	
Товари	1104	440 919	330 553	237 731	
Товари	1104	440 919	330 553	237 731	
Поточні біологічні активи	1110	-	-	-	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 506	436	2 758	10
Дебіторська заборгованість за розрахунками:		-	-	-	
за виданими авансами	1130	3 869	6 587	14 759	
з бюджетом	1135	1 075	572	162	
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-	-	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	-	-	-	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	768	9	96	10
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-	-	
Гроші та їх еквіваленти	1165	97 534	103 045	113 645	9
Готівка	1166	8 211	4 926	3 972	
Рахунки в банках	1167	89 323	98 119	109 673	
Витрати майбутніх періодів	1170	2 202	584	795	
Інші оборотні активи	1190	-	-	-	
Усього за розділом II	1195	548 729	441 813	371 784	
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття					
Баланс	1200	-	-	-	
Баланс	1300	1 461 358	1 043 622	838 622	

ТОВ «ЮСК УКРАЇНА»
 ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЗА РІК, ЩО ЗАКІНЧИВСЯ 31 ГРУДНЯ 2021 РОКУ
 (у тисячах українських гривень, якщо не вказано інше)

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН

Пасив	Код рядка	На 31 грудня 2021	На 31 грудня 2020 (аудит не проводився)	На 1 січня 2020 (аудит не проводився)	Примітки
1	2	3	4	5	6
I. Власний капітал					
Зареєстрований капітал	1400	1	1	1	11
Капітал у дооцінках	1405	-	-	-	
Додатковий капітал	1410	-	-	-	
Емісійний дохід	1411	-	-	-	
Резервний капітал	1415	-	-	-	
Не розподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	586 307	359 320	359 872	
Неоплачений капітал	1425	-	-	-	
Вилучений капітал	1430	-	-	-	
Неконтрольована частка	1490	-	-	-	
Усього за розділом I	1495	586 308	359 321	359 873	
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення					
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-	-	
Довгострокові кредити банків	1510	-	-	-	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	482 523	272 217	200 119	12
Довгострокові забезпечення	1520	-	-	-	
Цільове фінансування	1525	-	-	-	
Усього за розділом II	1595	482 523	272 217	200 119	
III. Поточні зобов'язання і забезпечення					
Короткострокові кредити банків	1600	-	-	-	
Поточна кредиторська зобов'язаність за:					
довгостроковими зобов'язаннями	1610	112 388	104 364	77 733	12
товари, роботи, послуги	1615	97 345	96 433	98 335	13
розрахунками з бюджетом	1620	97 575	70 865	60 171	14
у тому числі з податку на прибуток	1621	54 263	38 706	32 576	14
розрахунками зі страхування	1625	3 043	2 463	1 600	
розрахунками з оплати праці	1630	16 529	13 020	8 056	
одержаними авансами	1635	43 898	31 264	22 773	15
Поточна кредиторська зобов'язаність за:					
розрахунками з учасників	1640	-	77 392	-	
Поточна кредиторська зобов'язаність із внутрішніх розрахунків	1645	-	-	-	
Поточні забезпечення	1660	13 226	9 627	6 928	16
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-	-	
Інші поточні зобов'язання	1690	8 523	6 653	3 034	17
Усього за розділом III	1695	392 527	412 084	278 630	
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та витрати на вибуття					
Баланс	1900	1 461 358	1 043 622	838 622	

Керівник

Євгеній Іванюця

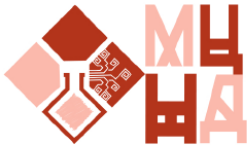
Головний бухгалтер

Грибан Оксана Василівна

Додаток В

Сертифікат учасника конференції





ПРО УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЇ (З ПУБЛІКАЦІЄЮ)

ICSR № 25/1605-066

 **0,4 ECTS**

Рекомендовано
Вченою Радою


Протокол № 19 від 15.05.2025

 Конференцію
zareestrowano

Посвідчення № 100 від 06.01.2025.

 Офіційний
видавець

www.mcnd.org.ua

взяв(ла) участь у IX Міжнародній науковій конференції

16 травня 2025 року у м. Миколаїв, Україна

та опублікував(ла) наукову роботу в збірці конференції

з ISBN 978-617-8440-80-0

 DOI 10.62731/mcnd-16.05.2025






ВІЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ МЦНД
ГОЛОВА ОРГКОМПЕТУ
СОТНИК СОЛОМІЯ